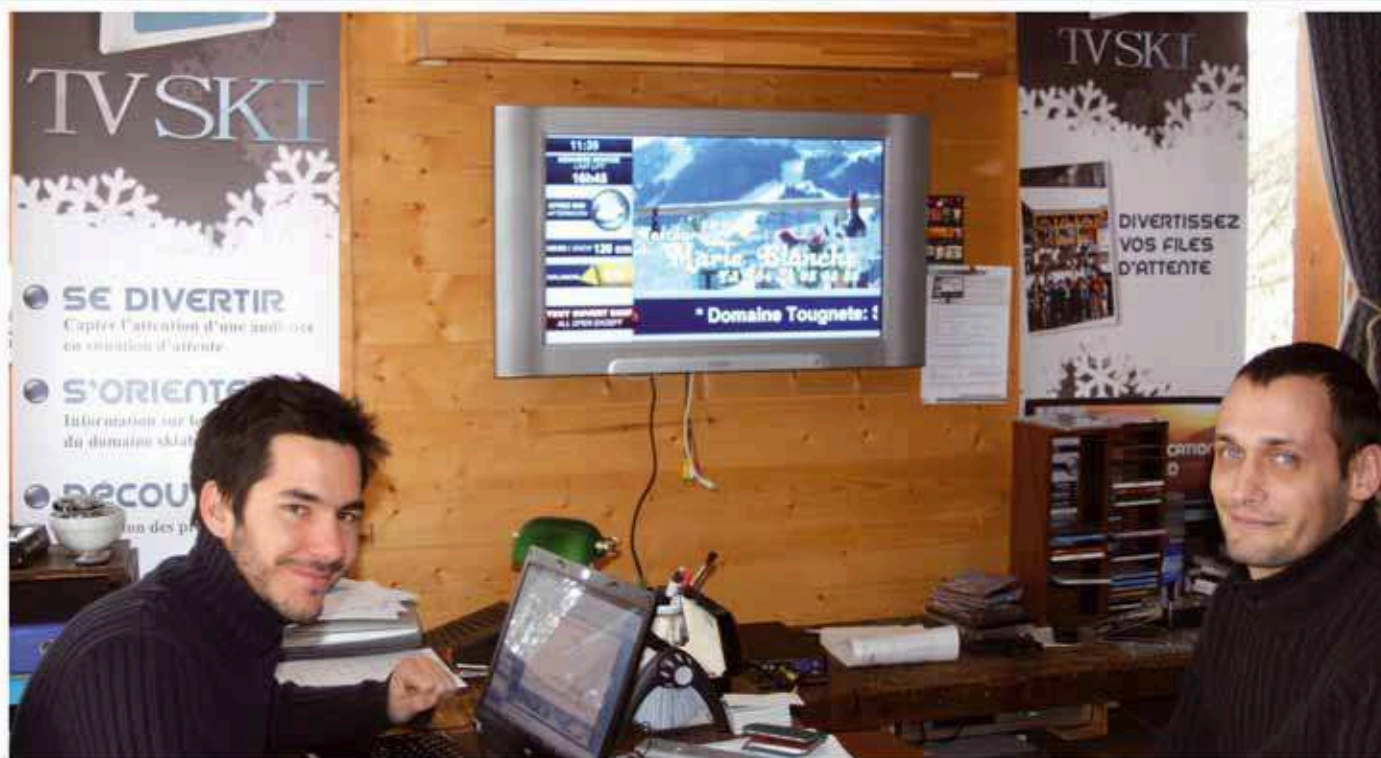


# Nouveaux médias en piste



Flexibilité du contenu, accès direct de l'annonceur à la semaine près, prise de contrôle en accès sécurisé par les remontées mécaniques ou offices de tourisme pour l'intégration en temps T de messages d'alerte ou d'événements, Tv Ski marie sur ses écrans publicités et infos, 50/50.

**Capter par la télévision l'attention des flots de consommateurs qui patientent au pied des remontées mécaniques : le concept a été lancé cette saison à Méribel par Laurent Muller et Tv Ski.**

Créée en octobre 2007, Tv Ski résulte d'une maturation de trois ans. Laurent Muller, au sortir de son école de commerce, a suivi la bosse familiale du négoce et les recommandations de ses études. D'abord responsable de secteur écran plat chez Hitachi, le responsable commercial identifie une niche de marché : la promotion personnalisée en station. Une année de plus, auprès d'un studio de production parisien cette fois, le persuade que l'univers de l'image et des logiciels ad hoc, associée à sa compétence en écrans, lui ouvre les portes de la création entrepreneuriale sur un mariage insolite de publicités en station haut de gamme, images et technologies. Originaire de Méribel, c'est tout naturellement sur ses terres que le jeune homme de 24 ans ancre en juin dernier son projet d'EURL. L'analyse du marché

publicitaire, caractérisé par " *de gros budgets de communication pour accrocher les chalands sur une période très courte de quatre mois* ", le conforte pour proposer à 250 socioprofessionnels des Allues son modèle novateur. Sur un parc

détente et proximité, voire celle du développement durable (par le non papier !). " *Le sentiment d'amoindrir les temps d'attente est flagrant* ", souligne l'entrepreneur. De fait, annonces publicitaires, conditions d'enneigement et

infographiste, apporte, en effet, des annonces animées 3D, effets spéciaux haute définition comme une chaîne d'infos permanente. Avantages : des temps de création courts donc réactifs par des outils technologiques autorisant des messages personnalisés. Sur la base de publicités de 15 s pour 30 annonceurs/jour, Tv Ski diffuse en boucle de 7 min 30 (durée moyenne d'attente), de 9h30 à 17h30. Commercialisés de 1 à 7 jours/semaine, les messages ne varient de fait ni en qualité, ni en volume de diffusions quotidiennes, mais en nombre de jours d'affichage. Une équité de traitement qui séduit. Laurent Muller a investi 100 K€ ; il attend un premier CA voisin et le double en 2009. ■

## Statistiques suivies

S'appuyant sur les 3 300 000 passages/saison, 26 000/jour : Tv Ski conforte sa stratégie avec une enquête réalisée auprès des usagers des télécabines. Il s'agissait de mesurer le taux de pénétration et d'imprégnation des messages publicitaires. " *Nous disposons ainsi d'un outil qualitatif de mesure.* ". Attendu que les séjournants patientent 2 à 8 minutes devant les écrans, 3 à 4 fois/jour, l'impact est mesurable.

d'écrans autonomes et alimentés par fibre optique ou Wifi (cinq en test cette année), au départ des principaux accès aux pistes, Tv Ski occupe les zones d'attente de façon non intrusive, joue la carte

ouvertures de domaines, événements et offres d'offices de tourisme se conjuguent habilement grâce au souci de qualité, matériel et surtout de l'image. L'embauche de Damien Bordes, monteur

**En savoir + : Tv Ski - Rte Chaudanne 73550 Méribel Village - 06 14 82 66 09 [www.tvski.com](http://www.tvski.com)**