

Paris, le 8 septembre 2016

**Italie Deux et Think&Go inaugurent le « Mur des Surprises »,
le premier mur digital offrant une expérience shopping
connectée unique**

Désireux d’offrir à ses clients une expérience shopping toujours plus complète et connectée, Hammerson a inauguré le 31 août au sein du centre commercial Italie Deux un « Mur des Surprises » digital (composé de 4 écrans connectés), une innovation développée par la start-up française Think&Go. En apposant tout simplement sur l’écran un objet connecté équipé de la technologie NFC – tel le pass transport ou une carte bancaire –, les visiteurs peuvent immédiatement profiter d’offres ou services exclusifs en se rendant dans de nombreuses enseignes partenaires du centre.

Ainsi conçu pour favoriser le drive-to-store vers les boutiques du centre, le « mur des surprises » offre à ces dernières une nouvelle façon de toucher et d’engager les consommateurs très facilement.

Vidéo de présentation : <https://vimeo.com/channels/connectedscreens/180804755>



Un dispositif digital qui réinvente le parcours d’achat au sein des centres commerciaux

Un geste simple, rapide et ludique

Animé en permanence pour créer une interaction ludique avec le client, le « Mur des Surprises » alterne l’affichage d’offres exclusives valables dans les boutiques participantes et des quizzes. Les offres promotionnelles sont renouvelées très régulièrement pour dynamiser une expérience flash. Après avoir posé son objet connecté sur l’écran pour « enregistrer » l’offre, il suffit ensuite, en boutique, de poser le même objet connecté sur un terminal dédié à la caisse pour bénéficier de l’offre obtenue au préalable sur le mur.

Communiqué de presse

Paris, le 8 septembre 2016

Vincent Berge, Président de Think&Go, souligne : « Les écrans sont partout en centres commerciaux, mais ils n'engagent jamais les consommateurs et ne permettent pas réellement d'offrir des services. Nous sommes ravis de travailler avec Hammerson et Italie Deux pour révolutionner les écrans et en faire de véritables points d'activation Shopper, basés sur l'impulsion et les offres flash. Avec ce mur connecté inédit par sa taille, nous offrons une expérience shopping connectée et ludique à 100% des visiteurs ! Les offres sur l'écran sont multi-enseignes et multi-services. Chaque enseigne peut intervenir sur ses services ou offres à l'aide du back-office et mesurer leur efficacité en temps réel (taux d'attractivité et de transformation). »

Une innovation digitale au service des enseignes et des consommateurs

Avec ce nouvel écran digital, les enseignes d'Italie Deux peuvent désormais proposer aux visiteurs du centre des offres à la fois instantanées et adaptées à leurs attentes. Comme l'explique **Bastien Leal, Directeur Marketing et Communication d'Hammerson France** : « Ce dispositif encore très novateur dans le secteur des centres commerciaux apporte une réponse à une attente clé de nos enseignes : le drive-to-store. Avec le « Mur des Surprises », nous répondons, d'une part, aux attentes de nos consommateurs en leur offrant une expérience ludique, un centre plus connecté et du pouvoir d'achat et, d'autre part, au souhait de nos enseignes, en leur permettant de toucher les visiteurs passant à proximité de leur boutique. »

Hammerson a, par ailleurs, développé en 2015 PLUS, une application mobile pour tous ses centres, adaptée à chacun d'eux, et permettant à ses détenteurs d'obtenir facilement des informations pratiques et des offres personnalisées pour enrichir leur expérience shopping.

Un Mur Digital Connecté à usages multiples et évolutifs

Le mur d'écrans connecté installé à Italie Deux possède 40 points d'activation NFC au total, un record. Avec cette configuration, toutes les possibilités d'engagement consommateurs sont possibles : couponning et quizzes, disponibles dès à présent pour favoriser le drive-to-store ; mais aussi, à moyen terme, la possibilité d'offrir une interface de paiement ou de dons. En une semaine, près de 4 000 coupons ont été téléchargés pour environ 1 000 utilisateurs.

A propos d'Hammerson

Hammerson PLC est un groupe d'investissement, de développement et de gestion immobilière, coté au London Stock Exchange, développant ses activités au Royaume-Uni et en France. Il s'agit d'une des dix premières foncières européennes avec un patrimoine valorisé à près de 12,35 milliards d'euros au 31 décembre 2015, composé de 21 centres commerciaux, 20 retail parks et d'un investissement dans 15 villages de marques. Le portefeuille d'Hammerson France est valorisé à 2,58 milliards d'euros au 31 décembre 2015. Présent depuis plus de 30 ans en France, Hammerson France possède et gère 9 centres commerciaux de taille régionale : Italie Deux (Paris 13e), Les 3 Fontaines (Cergy Pontoise), Espace St Quentin (Saint-Quentin-en-Yvelines),

Communiqué de presse

Paris, le 8 septembre 2016

O'Parinor (Aulnay-sous-Bois), Le Jeu de Paume (Beauvais), Les Terrasses du Port (Marseille), Nicétoile (Nice), Place des Halles (Strasbourg) et Saint Sébastien (Nancy). Plus d'informations sur www.hammerson.fr

A propos de Think&Go

Think&Go est l'inventeur des écrans connectés (2 brevets et 20 prix internationaux de l'innovation, dont 2 prestigieux Sesame à Cartes en 2013, le E-Commerce Award à Paris en 2015, et le prix du Jeune Entrepreneur 2016 La Tribune/BNP). Cette technologie permet aux consommateurs d'interagir et d'échanger de l'information avec les images des écrans en moins d'une seconde, en posant simplement son smartphone, carte sans contact, montre connectée ou passeport sur les images de l'écran. Think&Go a déjà vendu plus de 200 écrans connectés à travers le monde, dans la grande distribution, le transport, l'affichage digital, la banque... avec les applications telles que du E-Commerce ou du Drive-to-Store permettant aux consommateurs de récupérer des coupons de réductions avec tout objet connecté. Think&Go vise les 7 000 écrans d'ici à 2018.

Site web : <http://thinkandgo-nfc.com/> Twitter : twitter.com/thinkandgoNFC

Contacts presse :

Hammerson France / Anne-Laure Bellon, albellon@hammerson.fr / 01 56 69 30 30

Elan-Edelman / Noémie Mourot, hammerson@elanedelman.com / 01 86 21 50 86

Think&Go / Stéphanie Renier, srpresse@gmail.com / 06 21 66 96 09