

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **arvato se lance dans la digitalisation du print avec son partenaire Bear**

**Et si l'avenir du numérique passait par le papier? L'idée pourrait sembler incongrue, mais elle est pourtant à la base de "Rich Print", une application lancée en décembre dernier et fruit d'un partenariat entre arvato et Bear, une jeune start-up française à l'origine d'une solution de papier connecté.**

23 mai 2016

#### **Le Rich Print ou le papier 2.0**

Rendre connectés des supports traditionnels papier grâce à une application, c'est toute l'idée de Rich Print, l'application issue du partenariat entre arvato et Bear.

*« L'idée est de proposer des applications en marque blanche aux clients et un enrichissement de leurs supports imprimés tels que mailings, catalogues, affiches, PLV... »,* détaille Yann Lafon, Directeur des ventes des activités de marketing direct d'arvato France.

Cet enrichissement consiste en du contenu digital, comme de la vidéo ou des objets 3D, à travers une plateforme web. Le papier s'anime ainsi avec des contenus digitaux engageants et les clients interagissent pour acheter des produits ou tirer profit des réseaux sociaux. Un nouveau drive-to-store ludique et innovant.

*« L'application Rich Print est très ludique et les possibilités en termes de contenus sont quasi illimitées. Elle permet de valoriser le papier et donc d'augmenter nos volumes d'imprimés »,* poursuit-il.

Une véritable aubaine pour le monde de l'édition, qui souffre de la concurrence du digital, et peine à retrouver un modèle économique rentable intégrant le numérique. Pour Guillaume Pineau-Valencienne, co-fondateur de Bear, *« le salut pour les éditeurs, qui doivent trouver une façon de stimuler les ventes de leurs ouvrages papier, viendra de la plus-value apportée par les livres connectés ».*

#### **Mieux connaître ses consommateurs**

Au-delà de l'apport réel et indéniable pour ses consommateurs, Rich Print est aussi l'occasion de mieux les connaître, de recueillir des données qui permettront de les adresser de manière toujours plus pertinente. Des statistiques détaillées sont ainsi accessibles dans la plateforme et permettent aux clients d'arvato de connaître le comportement précis de leur audience print : nombre d'interactions, pages les plus consultées, localisation, etc.

La start-up récolte donc une quantité très importante de données telles que le volume de documents scannés, qui a scanné quoi, à quel endroit, et peut également récupérer la géolocalisation ou encore le code ID de l'appareil qui a scanné. Cela permet de déterminer la typologie de l'audience, et par extension le comportement des consommateurs sur un support offline.

[Contacts Presse :](#)

**Oxygen**  
Pauline Boulfroy  
03 74 02 02 55  
[pauline@oxygen-rp.com](mailto:pauline@oxygen-rp.com)

**arvato**  
Grégory KRUMM  
[gregory.krumm@arvato.fr](mailto:gregory.krumm@arvato.fr)

## Un outil pour promouvoir le savoir-faire d'arvato

Lancée en décembre dernier, l'application semble déjà convaincre. « *Les commerciaux ont commencé à présenter l'application à leurs clients. Certains ont déjà montré un vif intérêt* », se félicite Yann Lafon. La transition numérique doit-elle donc passer aussi par une meilleure valorisation des solutions qui existaient avant elle ? Pour arvato, le marketing direct doit en tout cas poursuivre sa transformation en intégrant de plus en plus de solutions digitales, complémentaires aux activités traditionnelles. « *Rich Print est un outil pouvant nous aider à promouvoir l'impression numérique* », conclut Yann Lafon, « *mais aussi et surtout notre savoir-faire IT en 2016* ».

## A propos d'arvato

Véritable force conseil, arvato développe des stratégies marketing et des solutions sur mesure pour des relations plus fluides, plus riches et plus humaines. Ses équipes d'experts métiers (CRM, SCM, digital marketing, services financiers) s'appuient sur des spécialistes sectoriels et opérationnels pour offrir aux marques une supply chain et un marketing client performant. Fort de sa puissance opérationnelle, arvato intervient ainsi à chaque étape du parcours client pour créer de la valeur et développer significativement le chiffre d'affaires de ses clients.

arvato accompagne avec succès des marques renommées comme Microsoft, Nintendo, Sennheiser, Tommy Hilfiger, Esprit, Nestlé, Douglas ou encore Triumph dans la création et le développement de leurs activités omnicanal à l'international. Avec un réseau de 110 centres de distribution dans 22 pays, 25 000 positions pour la gestion de la relation client dans une trentaine de langues et une plateforme proposant les principaux moyens de paiement à l'international, arvato dispose d'une position unique pour accompagner la stratégie de croissance internationale de ses clients B2B et B2C.

arvato appartient à Bertelsmann, premier groupe de média et services en Europe. Présent dans 40 pays, dont 22 en Europe, arvato réunit 70 000 collaborateurs dans le monde et réalise en 2015 un CA de 4,8 milliards d'euros, dont 408 millions d'euros en France.

Plus d'informations sur [www.arvato.fr](http://www.arvato.fr)

Visitez notre blog : <http://www.arvato.fr/leblogmarketingclient/>

Découvrez notre magazine : <http://marketingclient.lesechos.fr/>

Suivez arvato sur   