(19) RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

PARIS

(11) N° de publication : **2 682 502**
(à n'utiliser que pour les commandes de reproduction)

(21) N° d'enregistrement national : **91 12715**

(51) Int Cl[5] : G 06 F 3/06; G 06 K 19/00; G 06 F 23/06

(12) DEMANDE DE BREVET D'INVENTION A1

(22) **Date de dépôt** : 10.10.91.

(30) **Priorité** :

(43) **Date de la mise à disposition du public de la demande :** 16.04.93 Bulletin 93/15.

(56) **Liste des documents cités dans le rapport de recherche :** *Le rapport de recherche n'a pas été établi à la date de publication de la demande.*

(60) **Références à d'autres documents nationaux apparentés :**

(71) **Demandeur(s) :** *EMQUAD INTERNATIONAL DIVISION FRANCE (SARL)* — FR.

(72) **Inventeur(s) :** Wright Keith.

(73) **Titulaire(s) :**

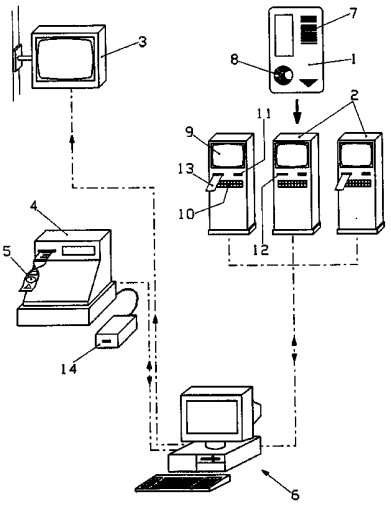
(74) **Mandataire :** Cabinet Roman.

(54) Système électronique interactif de promotion pour surfaces de vente.

(57) La présente invention a pour objet un système électronique interactif de promotion pour surfaces de vente.

Il est constitué par la combinaison d'abord, d'une ou plusieurs bornes interactives (2) avec écran (9) et clavier (10), disposées à l'entrée du magasin, permettant au client de bénéficier de réductions pour les articles en promotion lorsqu'il introduit une carte de fidélité (1) à lecture laser avec ou sans microprocesseur (8) et code barre (7) qui lui est remise sur sa demande, ensuite, d'écrans locaux (3) installés dans les rayons et affichant des images statiques ou animées du produit en promotion et enfin, de caisses enregistreuses (4) équipées pour lire les cartes de fidélité et pourvues d'un dispositif éditant des tickets de caisse (5) comportant des messages publicitaires éventuellement personnalisés au verso, les bornes interactives, les écrans locaux et les caisses enregistreuses étant reliés à un système informatique (6) apte à enregistrer et à traiter les données de ventes et à fournir des statistiques relatives aux ventes et aux clients.

Il peut convenir à tous les types de magasins mais est surtout destiné aux grandes surfaces de vente et en particulier aux établissements commeciaux connus sous le nom de "Super-marché" ou "Hyper-marché".



FR 2 682 502 - A1

SYSTEME ELECTRONIQUE INTERACTIF DE PROMOTION POUR SURFACES DE VENTE

La présente invention a pour objet un système électronique interactif de promotion pour surfaces de vente.

Il peut convenir à tous les types de magasins mais est surtout destiné aux grandes surfaces de vente et en particulier aux établissements commeciaux connus sous le nom de "Super-marché" ou "Hyper-marché".

A l'heure actuelle, la publicité sur les lieux de vente dans les établissements importants est assurée de façon très classique par voie d'affichage ou par voie sonore ("Public adress"). Ces moyens étant devenus très courants, ils perdent de plus en plus leur impact et leur efficacité, quand ils n'entraînent pas la lassitude ou l'agacement des clients.

Les sociétés de vente par correspondance ont démontré de façon irréfutable, par l'utilisation massive de courriers adaptés à chaque client et présentant de façon attractive un petit nombre de produits soigneusement choisis, la rentabilité des supports publicitaires personnalisés s'adressant directement à une clientèle sélectionnée. Certaines de ces sociétés ont vu, grâce à ce type de courrier, leurs chiffres d'affaire s'accroître de façon spectaculaire en très peu de temps. Ces résultats sont rendus possibles, en partie, grâce à l'exploitation de fichiers informatiques permettant de choisir les clients potentiels les plus susceptibles de s'intéresser à un produit donné et, le cas échéant, de tenir compte de leurs particularités telles que sexe, âge, profession, etc.

Il n'existe à notre connaissance rien de comparable pouvant être utilisé pour une surface de vente.

Le système selon la présente invention a précisément pour but de pallier à cette carence.

En effet, il permet de promouvoir efficacement sur les lieux de vente un lot renouvelable d'articles, et d'obtenir des informations sur le profil de chaque client, ainsi que des données statistiques de vente personnalisées.

Il est constitué par la combinaison d'abord, d'une ou plusieurs bornes interactives avec écran et clavier, disposées à l'entrée du magasin, permettant au client de bénéficier de réductions pour les articles en promotion lorsqu'il introduit une carte de fidélité à lecture laser avec ou sans microprocesseur et code barre qui lui est remise sur sa demande, ensuite, d'écrans locaux installés dans les rayons et affichant des images statiques ou animées du produit en promotion et enfin, de caisses enregistreuses équipées pour lire les cartes de fidélité et pourvues d'un dispositif éditant des tickets de caisse comportant des messages publicitaires éventuellement personnalisés au verso, les bornes interactives, les écrans locaux et les caisses enregistreuses étant reliés à un système informatique apte à enregistrer et à traiter les données de ventes et à fournir des statistiques relatives aux ventes et aux clients.

La description détaillée ci-après se rapporte à un exemple non limitatif d'une des formes de réalisation de l'objet de l'invention en se référant au dessin schématique annexé.

Le système est constitué de six éléments:

- Une carte de fidélité 1 individuelle, de format carte bancaire et donnant accès au fichier informatique clients, remise à chaque client sur sa demande.
- Une ou plusieurs bornes interactives 2 situées à l'entrée du magasin.
- Un écran local 3 pour chaque article en promotion.
- Des caisses enregistreuses 4 avec lecteurs de cartes à microprocesseur et de codes barre.
- Des tickets de caisse 5 comportant des messages publicitaires personnalisés au verso.
- Un système informatique 6 centralisé gérant l'ensemble.

La carte de fidélité 1 comporte une zone à lecture-écriture par rayon laser sur laquelle sera enregistré le détail des achats effectués par le client, plus éventuellement un code barre 7, et/ou un microprocesseur 8 et/ou une bande magnétique au verso, ce qui permet de l'utiliser conjointement comme carte de crédit.

Elle est délivrée sur place sans délai ni critère de sélection, après fourniture par l'intéressé des renseignements nécessaires à la création d'une banque de données (âge, sexe, profession, nombre d'enfants, etc), complétée par la suite lors de chaque passage du client (fréquence, date, nature des achats etc).

Sur cette carte peuvent se greffer d'autres services pré-existants ou non : elle peut être utilisée comme carte de paiement dans les filiales du magasin et donner accès à des services extérieurs tels qu'épargne, assurance, voyages, abonnements, etc.

La ou les bornes interactives 2 sont situées à l'entrée du magasin et comportent un écran 9, un clavier 10, un lecteur de cartes 11 et une imprimante 12. Elles sont protégées contre les intempéries, les coups de chariots, et les interventions intempestives des enfants.

Lorsque le client arrive devant une borne, l'écran 9 présente un message d'accueil l'invitant à introduire sa carte de fidélité dans le lecteur de carte 11

Dès l'introduction de la carte 1 le client est reconnu par l'ordinateur 6 qui affiche son nom sur l'écran 9 de la borne et ouvre son fichier. Sont alors affichés sur la borne 2 une série d'écrans proposant les acticles actuellement en promotion. Le client sélectionne sur le clavier 10 les promotions dont il veut profiter et et elles sont inscrites dans le fichier "AVOIR" du client. Parallèlement tous ses achats antérieurs, enregistrés sur la carte 1, sont lus et triés pour sélection des messages personnaliés en fonction de l'historique d'achat. Par exemple si un fournisseur veut offrir une promotion pour son produit X à toutes les personnes ayant acheté précédemmment le produit Y de son concurrent, l'ordinateur identifie les personnes éventuellement concernées lors de leur passage aux bornes 2 et délivre un message personnalisé incitant le consommateur à acheter le produit X. Si le message consiste en une remise à valoir sur l'achat d'un produit X, le montant de cette remise est elle aussi inscrite dans le fichier "AVOIR" du client. Cette opération peut être répétée pour plusieurs fabricants.

Lorsque le client valide la fin de l'opération l'imprimante 12 délivre un document 13 qui rappelle les promotions choisies, de même que les éventuels messages personnalisés.

Les écrans locaux 3 sont destinés à concentrer les efforts de vente sur les produits à promouvoir et sont installés sur le rayon des articles concernés. Ce sont des écrans couleur extra-plats, possédant une forte luminosité. Ils présenteront, à l'endroit où se trouve le produit, une image statique ou animée de ce dernier, assortie de messages publicitaires ou d'animations susceptibles d'attirer l'attention du client. Ces animations pourront éventuellement être rendues interactives grâce à un lecteur pour cartes de fidélité 1 intégré à l'écran local.

Lors du passage du consommateur aux caisses enregistreuses 4, la caissière introduit la carte 1 du client dans un lecteur spécifique 14. Le système informatique 6 étant relié au lecteur optique de la caisse, tous les achats sont comptabilisés en même temps qu'ils sont enregistrés sur la carte de fidélité 1 et dans le fichier client.

Si un produit acheté était en promotion sur la borne 2, ou bénéficiait d'un message personnalisé avec inscription dans le fichier "AVOIR", il est automatiquement reconnu. Dès la fin de l'enregistrement des produits à la caisse enregistreuse 4, la carte 1 est rendue au client avec le ticket de caisse 5, plus un autre ticket comportant le montant total des réductions obtenues. Le ticket de caisse 5 peut comporter au verso un message publicitaire personnalisé grâce aux informations de la banque de donnée du système informatique 6 imprimé en quadrichromie et pouvant faire appel à diverses techniques, telles que grattage, impression d'odeur, numéro de chance,encre fluorescente ou autres.

Le client règle la totalité de ses achats, puis peut obtenir le remboursement de ses réductions de deux manières différentes :

- soit la caissière lui donne le montant en liquide et reprend le ticket "réductions" qu'elle conserve comme justificatif,

- soit le montant des réductions est aussi inscrit sur la carte de fidélité 1, et le client n'a plus qu'à se rendre à un monnayeur placé à la sortie des caisses. Là, il introduit sa carte et la machine lui rendra en espèces le montant total de la remise.

Le système informatique 6 reçoit toutes les informations concernant les clients et leurs achats. Ces données permettent après traitement d'établir en temps réel les divers messages publicitaires personnalisés affichés sur les bornes interactives 2 et les écrans locaux 3 ou imprimés sur les tickets de caisse 5. Ces données seront par ailleurs exploitées en temps différé pour la gestion générale du magasin (ou des magasins après consolidation), pour la réalisation de statistiques évoluées tenant compte des particularités de la clientèle et de ses besoins, et enfin pour des actions publicitaires telles que courrier personnalisé.

Le positionnement des divers éléments constitutifs donne à l'objet de l'invention un maximum d'effets utiles qui n'avaient pas été, à ce jour, obtenus par des dispositifs similaires.

REVENDICATIONS

1° Système électronique interactif de promotion pour surfaces de vente, destiné à tous les types de magasins et plus particulièrement aux grandes surfaces de vente, caractérisé par la combinaison d'abord, d'une ou plusieurs bornes interactives (2) disposées à l'entrée du magasin équipées d'un écran (8), d'un clavier (10), d'un lecteur de carte (11) pour carte de fidélité (1) de type bancaire remise au client sur sa demande, et d'une imprimante (12) délivrant un document personnalisé (13), ensuite, d'écrans locaux (3) installés dans les rayons à proximité des produits en promotion et affichant des images statiques ou animées de ceux-ci et, enfin, de caisses enregistreuses (4) équipées pour lire les cartes de fidélité (1) et pourvues d'un dispositif éditant des tickets de caisse (5) comportant des messages publicitaires éventuellement personnalisés au verso, les bornes interactives (2), les écrans locaux (3) et les caisses enregistreuses (4) étant reliés à un système informatique (6) apte à faire bénéficier les clients de promotions, à enregistrer et à traiter les données de ventes et les caractéristiques des acheteurs, et à fournir des statistiques relatives aux ventes et aux clients.

2° Système électronique interactif selon la revendication 1, se caractérisant par le fait que la carte de fidélité (1) comporte une zone à lecture-écriture par rayon laser sur laquelle est enregistré le détail des achats effectués par le client.

3° Système électronique interactif selon l'une quelconque des revendications précédentes, se caractérisant par le fait que la carte de fidélité (1) comporte soit un code barre (7), soit un microprocesseur

(8), soit une bande magnétique au verso, soit plusieurs de ces trois éléments, et qu'elle peut être utilisée conjointement comme carte de crédit.

4° Système électronique interactif selon l'une quelconque des revendications précédentes, se caractérisant pr le fait que le document personnalisé (13) délivré par l'imprimante (12) des bornes interactives (2) comporte des informations sur les produits choisis et un message publicitaire personnalisé grâce aux informations de la banque de donnée enregistrée par le système informatique (6), après que le client a introduit sa carte de fidélité (1) dans le lecteur de carte (11) et sélectionné sur le clavier (10) les promotions dont il veut profiter qui sont enregistrées dans un fichier "AVOIR" de promotion soldée lors du passage aux caisses enregistreuses (4).

5° Système électronique interactif selon l'une quelconque des revendications précédentes, se caractérisant par le fait que les écrans locaux (3) sont des écrans couleur extra-plats, possédant une forte luminosité.

6° Système électronique interactif selon l'une quelconque des

revendications précédentes, se caractérisant par le fait que les écrans locaux (3) présentent des animations interactives grâce à un lecteur pour cartes de fidélité (1) intégré auxdits écrans locaux.

7° Système électronique interactif selon l'une quelconque des revendications précédentes, se caractérisant par le fait que les tickets de caisse (5) comportent au verso un message publicitaire personnalisé

grâce aux informations de la banque de donnée du système informatique (6), imprimé en quadrichromie et pouvant faire appel à diverses techniques, telles que grattage, impression d'odeur, numéro de chance, encre fluorescente ou autres.

8° Système électronique interactif selon l'une quelconque des revendications précédentes, se caractérisant par le fait qu'un monnayeur équipé d'un lecteur pour ladite carte de fidélité (1) est placé à la sortie des caisses enregistreuses (4) et est apte à rembourser en espèces au client le montant total des réductions inscrites sur ladite carte de fidélité lors du passage aux caisses enregistreuses.

PL. 1/1

