

| | | | |
|-----|-------------------------------|-------------------|---|
| 301 | UTBM service communication | L'Est Républicain | 3 octobre 2013 |
| | | L'Aire urbaine | Fidelib - Roland Jacquemin - recherche - innovation |

La fidélité reconnue par l'ordinateur

FIDELIB EST ENCORE en test, mais Roland Jacquemin, de Philor, entreprise de signalétique, « fidétique », « éditique » et imprimerie, installée à Vézelois, espère bien que son idée innovante séduira les visiteurs du Forum Pro-Est, organisé le **lundi 7 octobre** à l'Atria de Belfort.

L'homme n'est pas un nouveau venu dans le commerce et l'imprimerie. Il a même plus de trente années d'expérience. Mais son entreprise, créée en 2002 avec un associé, a toujours cherché à surfer sur la vague des nouvelles technologies.

Une première sur le marché

« Nous avons d'abord monté un produit lié à la fidélité axé sur le terminal bancaire des commerces », explique-t-il. Philor compte ainsi beaucoup de clients nationaux, et paradoxalement,



■ Roland Jacquemin veut aller plus loin dans la fidélisation des clients.

Photo ER-Le Pays

peu dans la région. « En 2011, suite à la demande des clients, nous avons cherché un système plus évolué. Avec le développe-

ment des technologies, le téléphone s'imposait. Nous avons alors déterminé ce qui pouvait être commun à tous les portables : le Wifi et le

blue tooth ». Le premier n'étant pas accessible partout, restait à trouver un outil de fidélisation reconnaissant immédiatement le client, dès que son portable se trouve à portée.

Un an et demi de recherche, en s'appuyant sur les travaux de l'UTBM et un chèque innovation d'Oséo ont été nécessaires pour mettre au point Fidelib, qui permet d'identifier un client et son compte fidélité dès lors qu'il appose son portable ou sa carte de fidélité, sur une « Fidebox », un outil raccordé à l'ordinateur du commerçant.

C'est l'affaire à chaque fois de deux ou trois secondes et toutes les coordonnées de fidélité apparaissent au commerçant. « Il suffit juste de rajouter un logiciel sur le terminal », ajoute Roland Jacquemin.

Cette innovation est une première sur le marché et sa cible, « c'est tous les com-

merçants, du petit indépendant aux enseignes », qui pourront accéder à ce service sous forme d'abonnement.

Le papier n'est pas mort

Fidelib est encore en test, et devrait être proposé uniquement pour les téléphones portables, mais aussi pour les cartes physiques.

« Pour l'heure, nous proposons la globalité de la fidélité, à charge au commerçant de paramétrer ce qu'il veut par rapport à son activité, mais nous réfléchissons à une interface pour ceux qui ont déjà mis en place un système de fidélisation ».

Lundi, Roland Jacquemin tiendra un stand au Forum Pro Est et donnera une conférence sur ce qui le passionne... la fidélité dans le commerce, et sur « le papier qui n'est pas mort ».

Le professionnel de l'imprimerie n'est jamais loin.

K.F.