

ACTUALITÉS

L'écran qui transpire

Comment l'affichage dynamique rend les centres de fitness et de bien-être plus intelligents, plus silencieux et un peu plus humains

27 mai 2026, Tobias Engl



Dans le quotidien du studio, il y a un moment qui semble familier à tout exploitant : le 7 janvier. La porte s'ouvre, une légère averse de neige s'engouffre, et avec elle Klaus. La dernière fois que Klaus est venu ici, c'était en mars de l'année dernière. Il le sait parce que son smartphone vient de le lui reprocher. Il porte un pantalon de jogging qui était noir autrefois et un sourire qui inspire plus de confiance que la situation ne le justifie.

Klaus est déterminé. Klaus a tout prévu : une nouvelle serviette, une bouteille d'eau avec un message de motivation, et un plan qui dit "trois fois par semaine, au moins". Ce que Klaus n'a pas : la moindre idée de l'endroit où se trouve la nouvelle salle de cours, de l'heure à laquelle le sauna sera rempli aujourd'hui et si le banc de musculation qu'il a choisi il y a deux ans se trouve toujours là où il l'a laissé.

Auparavant, Klaus aurait dû se rendre au comptoir. Là, une personne aimable mais visiblement surmenée, vêtue d'un polo, aurait passé trois appels téléphoniques en même temps et aurait mis dans la main de Klaus un dépliant datant d'avant la pandémie. Mais aujourd'hui - et c'est là que notre histoire devient intéressante - Klaus regarde le mur, et le

mur regarde en arrière.

Un grand écran tranquillement éclairé l'accueille avec une liste des cours du jour. "Functional Mobility - 17h30 - encore 4 places disponibles". À côté, le taux d'occupation du studio tic-tac silencieusement : zone cardio en vert, haltères libres en jaune, squat-rack en rouge. Klaus sait immédiatement ce qu'il va faire aujourd'hui pas et c'est une réalisation remarquable de la technologie de communication moderne.

Il continue à se pousser en direction des vestiaires. Dans le couloir, là où était accroché un poster jauni pour un concours de smoothies, une courte vidéo en boucle est diffusée : un entraîneur fait la démonstration d'un squat propre en slow motion. Klaus, qui a fait son dernier squat quelque part entre l'Eurovision et le Brexit, s'arrête involontairement. Il hoche la tête en signe d'approbation. Il se promet de l'imiter plus tard. Il ne le fera pas. Mais le signal est donné.

Un calme agréable règne dans les vestiaires. Au-dessus du miroir, discret, un écran étroit : "Arrosage du sauna aujourd'hui 19h00 - eucalyptus-menthe. Veuillez arriver à temps, les projections n'attendent pas". Klaus rit pour la première fois de la journée. Celui qui écrit ces textes, pense-t-il, a compris que le bien-être ne se résume pas aux bols chantants.

En se rendant dans la zone d'entraînement, Klaus passe devant le bar. Sur un écran, trois messages se succèdent : la boisson de la semaine, un rappel discret de la consultation du personal trainer le jeudi et Klaus se déconcentre, une félicitation d'anniversaire à "Madame M., chez nous depuis 12 ans". Madame M. se trouve par hasard à côté, lève son verre d'eau minérale en direction de l'écran et trinque avec un affichage LED qui ne sait que faire d'elle, mais qui dit exactement ce qu'il faut. C'est un petit moment, et pourtant c'est la raison pour laquelle Madame M. est ici depuis douze ans et non dans un studio moins cher à deux rues de là.

Alors que Klaus se dirige courageusement vers la zone d'entraînement, qu'il se débat sur le vélo elliptique pendant quinze minutes décisives pour sa forme du jour, tout en regardant sur un écran entre le bulletin météo, la zone de pulsation et une remarque silencieuse du type "tu fais ça bien", il se passe quelque chose qui n'apparaît dans aucun plan marketing et qui constitue pourtant le véritable bénéfice : Klaus se sent vu sans être importuné. Personne ne l'a abordé. Personne n'a essayé de lui faire signer un contrat. Et pourtant, le studio a parlé avec lui toute la matinée - mais par écrans interposés, au bon volume et aux bons endroits.

C'est précisément l'art discret de la signalisation numérique dans le fitness et le bien-être. Il ne s'agit pas de surfaces publicitaires clignotantes, ni d'offres spéciales criardes. Il s'agit d'informations au bon moment et au bon endroit : taux de fréquentation des cours dans l'entrée. Boucles d'exercices dans le couloir. Heures d'infusion dans les vestiaires. Anniversaires au bar. Des images de repos dans le spa, parce que personne ne veut y voir de la publicité, mais seulement le lent écoulement d'un ruisseau japonais en 4K. Et en arrière-plan, silencieux comme un studio bien rangé lui-même, un logiciel qui coordonne le tout : Planifier les contenus, centraliser les écrans, distinguer les groupes cibles, annoncer spontanément une annulation de cours sans que personne ne doive réimprimer six affiches.

Chez ScreenWay, nous appelons cela honnêtement notre travail. Depuis 1998, nous construisons des solutions d'affichage numérique qui aident les studios, les hôtels et les spas à parler à leurs clients sans avoir à les convaincre. Pas de messages au mégaphone. Pas de papier peint sur écran. Mais plutôt une chorégraphie calme et bien planifiée d'informations, d'inspiration et - oui, cela aussi fait partie du jeu - d'une touche d'humour.

Klaus revient d'ailleurs le 8 janvier. Et le 10. Ça aussi, honnêtement, ce n'est pas uniquement grâce aux écrans. Mais ils l'ont discrètement aidé à retrouver le chemin.

Et peut-être, de manière plus terre à terre, est-ce là le plus bel indicateur que l'affichage dynamique puisse fournir.

Pour en savoir plus sur la façon dont ScreenWay aide les centres de remise en forme et de bien-être à mettre en scène leurs espaces, rendez-vous sur [screenway.com](https://www.screenway.com).