

ACTUALITÉS

Agent:dans le disque

Comment l'écran parlant et agissant profite concrètement aux propriétaires d'entreprise et à leurs clients et pourquoi la confiance est le facteur décisif à cet égard.

22 juin 2026, Tobias Engl



Pendant quinze ans, un écran dans un magasin a surtout fait une chose : montrer ce que quelqu'un avait prévu auparavant. Cela est en train de changer radicalement. L'écran commence à comprendre, à répondre et à agir. Il passe de la vitrine au vis-à-vis. Pour les propriétaires de magasin, il ne s'agit pas d'un gadget, mais d'un levier solide sur le chiffre d'affaires, les coûts et l'expérience client. Et pour les clients, cela signifie une aide au moment où ils en ont besoin.

CE QUE C'EST

De l'écran à l'autre

L'"agent:dans la tranche" réunit trois choses : 1. il perçoit son contexte de manière anonyme (combien de personnes se trouvent devant lui, pendant combien de temps, à quel moment de la journée), 2. il répond aux questions en langage naturel par la parole ou le tapotement, et 3. il génère de plus en plus lui-même son contenu à partir de données en direct

... assortiment, prix, rendez-vous, itinéraires. Là où c'est utile, il déclenche même des processus ; réserver un rendez-vous, guider vers le bon rayon. La boucle sans fin devient un dialogue.

PERSPECTIVE 1

Du point de vue du propriétaire de l'entreprise

Fini le trépied de contenu.Maintenir les contenus à jour était jusqu'à présent un travail de longue haleine. L'agent tire lui-même les promotions, les prix et les disponibilités et crée des messages cohérents à partir de ces informations, sans que personne ne touche aux fichiers quotidiennement.

Plus grande pertinence, plus grande conversion.Au lieu d'un message pour tous, l'agent montre celui qui convient au bon moment - en fonction du moment de la journée, du stock et du contexte. Un discours pertinent sur le lieu de décision a un effet immédiat sur le ticket de caisse.

Alléger la charge de travail du personnel.Questions récurrentes : où trouver ... ? Combien coûte ... ? Quand est-ce que ... ? l'agent répond 24 heures sur 24. L'équipe gagne du temps pour faire ce que les gens font de mieux, conseiller et assister.

Enfin des mesures fiables.L'agent sait de manière anonyme combien de personnes l'ont vu et utilisé, et quels contenus sont efficaces. L'intuition devient une preuve ; la base pour de meilleures décisions et, le cas échéant, pour des recettes publicitaires sur son propre espace.

PERSPECTIVE 2

Du point de vue de la cliente et du client

Une réponse immédiate, sans application, sans file d'attente.On demande et on obtient des renseignements clairs dans sa propre langue : le bon produit, le chemin le plus court, le prochain moment de libre. Pas de téléchargement, pas d'attente au comptoir.

Personnel, mais pas envahissant.L'aide donne l'impression d'être tournée vers l'autre, sans que personne ne soit reconnu ou mesuré. L'agent réagit à la question, pas au visage.

Accessible à tous.De gros caractères, une fonction de lecture, un contraste élevé et de nombreuses langues sur un seul appareil rendent le calcul d'itinéraires plus accessible que n'importe quel panneau imprimé et répondent en même temps aux exigences d'accessibilité.

Utile plutôt que publicitaire.Comme l'agent résout d'abord la question, la confiance s'installe et c'est précisément cette confiance qui rend la recommandation qui l'accompagne efficace.

LE POINT CROCHÉ

La confiance est le facteur décisif

Plus un écran parle et agit par lui-même, plus il est important de savoir si on peut lui faire confiance. En Europe, ce n'est pas un sujet secondaire. Un agent:dans l'écran peut être curieux de la question, mais pas de la personne. Les mesures sont anonymes et agrégées. Les contacts visuels et la durée de la visite, pas d'interprétation démographique ou

émotionnelle, comme l'exigent le EU AI Act et le RGPD. Les contenus générés restent compréhensibles et identifiés, les données sont traitées localement et dans l'UE. Ainsi, la protection des données ne devient pas un frein, mais un argument de vente.

C'est là que réside la force de ScreenWay ! Le modèle qui porte l'écran parlant - agents isolés et contrôlables, traitement local, souveraineté européenne des données - est déjà présent dans l'architecture pensée localement en premier lieu. L'agent dans l'écran n'est pas un changement de plate-forme, mais l'étape suivante évidente.

Depuis 1998, Bergx2 construit précisément sur cette base : local-premier, multi-supports, conforme au RGPD et sur demande on-premises. Découvrez dans une démonstration gratuite comment vos surfaces deviennent des vis-à-vis : [:screenway.com](https://screenway.com) - vertrieb@screenway.com.

SOURCES

ISE 2026 / invidis - l'IA agentique dans le CMS, les assistants MCP. - spatialagents - l'écran comme interlocuteur parlant, Voice-First. - blinksigns - systèmes autonomes. - Nento - contenus génératifs hyperpersonnalisés.

Règlement (UE) 2024/1689 (EU AI Act), article 5 - limitation de la reconnaissance des émotions/catégorisation biométrique ; RGPD - minimisation des données, transparence, consentement.