

ACTUALITÉS

Station-service et parc de recharge

Comment le temps d'attente à la borne de recharge devient un moment précieux d'attention

23 septembre 2026, Tobias Engl



La prise s'enclenche dans la prise de recharge, la barre à l'écran commence à monter. Le client dispose de vingt-cinq minutes d'arrêt avant de quitter le véhicule. La borne affiche le niveau de charge et, à côté, une offre parfaitement adaptée à ce moment précis. ScreenWay considère cette pause comme une opportunité. Le temps d'attente n'est pas du temps perdu, mais un moment précieux qui n'impose aucune contrainte à personne.

Les stations-service et les bornes de recharge constituent des espaces de « retail media ». Lorsqu'on recharge son véhicule, on prend le temps de regarder l'écran. ScreenWay transforme cet espace en un canal publicitaire et commercial mesurable : niveau de charge, café chaud dans la boutique, restaurant voisin, offre régionale, information sur la station de lavage. Le tout est géré à l'aide de signaux anonymes et agrégés, sans caméras ni reconnaissance faciale, ce qui permet de justifier la portée et de renforcer la confiance.

Le Retail Media prend tout son sens lorsque pertinence et mesurabilité vont de pair. ScreenWay associe le niveau de charge à l'instant présent. Lorsque la batterie est complètement chargée, une offre de restaurant s'affiche ; lorsqu'il reste dix minutes d'autonomie, une offre de café pour le trajet jusqu'au magasin apparaît ; et lorsque la batterie est pleine, un message convivial invite à reprendre la route. Des créneaux DOOH réservables, des chiffres de contact transparents au niveau de l'équipe et une analyse hébergée en Europe et conforme au RGPD confèrent à ce canal une grande fiabilité et facilitent la planification.

Sur la pompe à essence classique, cet espace continue d'être utilisé. L'écran situé sur le pylône affiche l'offre de lavage, le programme de fidélité et les publicités régionales, sans perturber le processus de ravitaillement. ScreenWay préserve la priorité locale et offre des possibilités de réservation, fournissant ainsi à l'exploitant un canal de Retail Media qui lui appartient et qui ne profite pas à une plateforme tierce. La valeur ajoutée générée par son propre espace reste acquise à l'exploitant.

Ainsi, le temps d'attente devient une valeur ajoutée et le parking se transforme en espace médiatique. ScreenWay transforme l'attente en expérience pertinente et fournit au client l'information dont il a besoin, au lieu de se contenter de l'observer. Pour les exploitants de la région DACH, cela se traduit par un espace de retail media performant qui augmente à la fois le chiffre d'affaires et la qualité du séjour, tout en renforçant la visibilité de la marque dans la rue.