

ACTUALITÉS

Le visage de la maison

Comment la façade extérieure devient la plus grande surface publicitaire d'un bâtiment.

15 octobre 2026, Tobias Engl



Avant même d'entrer dans un bâtiment, on en aperçoit la façade. C'est le premier indice qui permet de savoir s'il s'y passe quelque chose, si le magasin est ouvert, si l'établissement semble accueillant. Un écran numérique installé sur le mur extérieur transforme cette façade muette en une façade qui parle.

Pendant la journée, elle accueille les visiteurs, leur présente l'offre du jour ou le programme de la soirée. Elle indique qu'une table est libre, que l'exposition est toujours en cours, que le marché du soir a lieu aujourd'hui. À la tombée de la nuit, elle s'illumine et rend l'établissement visible de loin, là où un panneau se fondrait dans l'ombre.

Une façade touche des personnes qui n'avaient même pas l'intention d'entrer dans le bâtiment. Ceux qui passent devant ou attendent au feu rouge captent le message, tout naturellement. Cette visibilité peut être mise à profit, tant pour nos propres causes que pour celles de partenaires dont l'offre correspond au quartier, ce qui fait de ce mur une source de revenus.

ScreenWay gère la façade en fonction de l'heure de la journée, de la météo et de l'occasion. Au soleil, elle s'illumine davantage ; le soir, elle adopte un aspect plus sobre ; lors d'un événement, elle change automatiquement de motif, selon les réglages. Les contenus sont créés et diffusés sur place, de sorte que la plus grande surface du bâtiment est également celle sur laquelle l'exploitant conserve un contrôle total.

La façade est la seule vitrine d'une maison, même lorsqu'il n'y a personne à l'intérieur. En la laissant s'exprimer, on invite les visiteurs dès l'extérieur, bien avant que le premier mot ne soit prononcé à l'accueil.