

# TV-Card signe la première Musicard avec NRJ 12

**Musicard** est un prototype innovant pour le téléchargement de musique. Il est fondé sur un service de télévision interactive et une carte à puce, et permet aux téléspectateurs de NRJ 12 de sélectionner à domicile des titres de musique qu'ils pourront ensuite acquérir et télécharger via des bornes interactives NRJ (Magic On Kiosk) implantées dans les magasins partenaires de la radio.

Le téléspectateur de NRJ 12, équipé d'une carte MusiCard NRJ 12 qu'il insère dans le lecteur de cartes de son décodeur de télévision (satellite, câble, TNT?), peut à tout moment obtenir les références des titres de musique diffusés sur la chaîne et se constituer sa Play List. L'ensemble de ces informations est stocké sur la carte MusiCard. Les titres de musique peuvent être téléchargés sur un baladeur numérique, sur une carte mémoire, ou même envoyés par email à un ami depuis une borne. Le téléspectateur peut payer directement sur la borne avec sa MusiCard, totalement sécurisée, et la recharger aisément en magasin, via un terminal de paiement standard. La MusiCard, alliée aux bornes NRJ, pourrait également permettre de gagner/acheter des places de concert, des sonneries de portables? ou de recharger son forfait NRJ Mobile par exemple.

**L'interactivité au service du marketing** Nouvelle forme d'interactivité entre le monde virtuel de la télévision et le monde réel des boutiques, grandes surfaces, centres commerciaux, la MusiCard ouvre tout un monde de synergies inédites entre le domicile et le monde de la distribution. Elle permet à une marque de prolonger, d'amplifier et de personnaliser ses campagnes de publicité par une action de marketing direct, ciblée en fonction de l'intérêt déclaré du téléspectateur/consommateur. Mieux informées des préférences de leur clientèle, les enseignes de distribution partenaires pourront apporter aux téléspectateurs/consommateurs le confort d'un service privilégié, personnalisé en fonction de leurs attentes. *« La MusiCard établit le lien manquant entre le monde virtuel de la télévision et le monde réel »*, déclare Hervé Sinelle Botinelly, Président et fondateur de TV-Card. *« Avec sa carte à puce en poche, le téléspectateur/client entre dans un monde privilégié de services personnalisés à forte valeur ajoutée, résultat de synergies inédites entre tous les acteurs-clés de la promotion musicale : les maisons de disques, la chaîne NRJ 12, les marques et les enseignes de distribution »*.