



Audi et 4.screen collaborent pour offrir une expérience digitale fluide à leurs clients.

- **Nouvelle technologie cloud dans le MMI : les clients Audi bénéficieront à l'avenir d'informations en temps réel plus complètes en fonction des situations.**
- **À partir de l'automne 2022 : intégration dans le système d'infodivertissement de nombreux modèles Audi, élargissant ainsi l'écosystème Audi.**
- **Le partenariat avec 4.screen soutient l'avancement systématique des modèles économiques digitaux chez Audi.**

Ingolstadt, le 18 mai 2022 - Audi et 4.screen conviennent d'un partenariat dont l'objectif est d'améliorer l'expérience future à l'intérieur du véhicule. Dès le lancement, les clients Audi bénéficieront d'informations encore plus complètes sur les points d'intérêt (POI) grâce aux données en temps réel du Mobility Experience Cloud (MXC) de l'entreprise technologique allemande installée à Munich. S'ils le souhaitent, ils peuvent choisir de recevoir des offres personnalisées pertinentes en fonction de leur localisation, de la part de fournisseurs tiers sélectionnés, de manière pratique via l'interface multimédia (MMI). Ces offres sont affichées dans le style familier propre à l'Audi MMI, les informations provenant du cloud complétant le contenu d'infodivertissement existant.

Le MMI donne aux propriétaires d'Audi la possibilité de sélectionner une grande variété de lieux, appelés points d'intérêt (POI), via l'écran tactile, puis de s'y rendre via le système GPS - qu'il s'agisse d'une station-service, d'un supermarché ou d'un restaurant. Grâce à son partenariat avec 4.screen, Audi vise à élargir considérablement cette offre. L'intégration de cette nouvelle technologie de cloud dans le système d'infodivertissement offre un immense potentiel. Les clients d'Audi recevront des informations exclusives et des offres personnalisées dans leur véhicule en temps réel - mais pas sans leur consentement.

À l'avenir, par exemple, lorsque les conducteurs d'Audi effectueront une recherche MMI pour trouver un marché bio à proximité, ils pourront également afficher du contenu supplémentaire à la demande, comme les services ou les offres supplémentaires actuellement disponibles aux endroits indiqués. Cela signifie que les commerces locaux peuvent présenter leur gamme de produits et services aux clients Audi de manière idéale, tandis que ces derniers bénéficient d'informations complètes sur les entreprises en temps réel et, le cas échéant, d'offres exclusives. Par exemple, le propriétaire d'un magasin peut offrir une tasse de café gratuite ou permettre aux propriétaires de VE de recharger leur voiture gratuitement à chaque achat. Pour bénéficier de l'offre, les conducteurs doivent simplement scanner un code QR affiché dans le MMI.



La technologie du cloud rend possible la communication en temps réel via Audi MMI

La base technique de cette solution est l'intégration d'une interface standardisée vers le Mobility Experience Cloud de 4.screen dans les systèmes d'infodivertissement MIB2+ & MIB3 existants (pour les véhicules de l'année modèle 2019 ou plus récents, à partir de certains marchés européens). Cette API (application programming interface / interface de programmation d'applications) établit une connexion en temps réel entre les entreprises partenaires et les clients Audi. Il est important de noter que les clients conservent un contrôle total sur les informations et les offres affichées - en fonction des paramètres qu'ils ont sélectionnés dans les paramètres de confidentialité.

Les informations supplémentaires sont affichées dans le format familier de l'Audi MMI et, au cours de la prochaine étape de développement, elles pourront également afficher des recommandations et des contenus contextuels et localisés sur demande.

L'expérience client digitalisée, un facteur clé de succès

Alors que le monde devient de plus en plus numérique et connecté, l'expérience client individuelle continue de gagner en importance, ouvrant des possibilités entièrement nouvelles. Audi considère qu'il s'agit d'un important facteur de réussite commerciale à l'avenir et exploite son potentiel. Au cours des dix prochaines années, les véhicules deviendront des dispositifs de mobilité entièrement connectés et feront donc partie du monde numérique. L'accent est mis ici sur un écosystème qui relie les mondes en ligne et hors ligne des clients. L'intégration des services de géolocalisation de 4.screen dans le MMI du véhicule est une nouvelle étape sur cette voie, qui améliorera durablement l'expérience de conduite digitale. Dans ce contexte, Audi place toujours la transparence, la confidentialité et la sécurité des données de ses clients en tête de ses priorités.

À propos de 4.screen GmbH

4.screen est la première plateforme au monde qui permet d'interagir avec les conducteurs en temps réel. Le Mobility Experience Cloud (MXC) de 4.screen fournit une interface standardisée pour la communication et l'interaction basée sur la localisation, directement sur l'écran du véhicule. Les conducteurs bénéficient de précieuses recommandations à bord du véhicule, d'un meilleur contenu à l'écran et d'un accès à des offres exclusives. Le siège social de 4.screen est situé à Munich, en Allemagne, et compte parmi ses clients certaines des plus grandes marques mondiales. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site www.4screen.com.



Communication Presse et Relations Publiques

Mickaël ASSIE
Téléphone : 03 23 73 56 94
E-Mail : extern.mickael.assie@audi.fr
media.audifrance.fr



Le groupe Audi est l'un des constructeurs d'automobiles et de motocycles haut de gamme et de luxe qui remportent le plus de succès. Les marques Audi, Ducati, Lamborghini et Bentley sont produites dans 21 usines dans 13 pays. Audi et ses partenaires sont présents sur plus de 100 marchés dans le monde.

En 2021, le Groupe Audi a livré près de 1,681 million de voitures de la marque Audi, 8 405 voitures de sport de la marque Lamborghini et 59 447 motos de la marque Ducati. AUDI AG a réalisé au cours de l'exercice 2021 un résultat d'exploitation de 5,5 milliards d'euros pour un bénéfice d'exploitation avant éléments exceptionnels de 53,1 milliards d'euros. Le Groupe Audi emploie plus de 89 000 personnes dans le monde, dont près de 58 000 en Allemagne. Avec ses marques attractives, ses nouveaux modèles, son offre de mobilité innovante et ses services révolutionnaires, le groupe poursuit ses efforts pour devenir un fournisseur de mobilité premium durable.
