

| | |
|---|---|
| Intitulé du projet | Publicité urbaine pour les JO'2024 : L'information au bon moment et au bon endroit ! |
| Laboratoire (nom, adresse) | LaSTIG équipe MEIG |
| Chercheur commanditaire (nom, fonction & courriel) | Mohamed Chachoua, enseignant-chercheur, chachoua@eivp-paris.fr Malika Grim-YEFSAH, enseignant-chercheur, malika.grim@ensg.eu |
| Contexte du projet | L'utilisation des panneaux urbains numérique pour informer autour des JO'2024 à savoir les lieux des épreuves, les horaires des compétitions, les scores, etc. |
| Objectifs pour le groupe d'étudiants ingénieurs (si le projet est spécifiquement dimensionné pour un binôme ou un trinôme, le préciser) | <p>La publicité extérieure, via les panneaux urbains numérique, est de plus en plus ancrée dans le quotidien des citoyens et permet une communication rapide au plus grand nombre. Cette puissance peut s'exprimer à l'échelle nationale, régionale ou locale en fonction de chacun des besoins. Dans le cadre des JO'2024 ce moyen de communication sera privilégié, ainsi les annonceurs (Ville, organisateurs, etc.) doivent non seulement décider d'un ensemble d'emplacements à afficher leurs informations (les lieux des épreuves, les horaires des compétitions, les scores, les sites historiques/touristique proches des lieux des épreuves, etc.), mais aussi quand les afficher.</p> <p>L'article de [Huang, M. et al 2021] présente trois modèles qui exploitent les données des téléphones mobiles et les données des points d'intérêt (POI) pour répondre aux besoins publicitaires dans diverses situations.</p> <p>Les trois modèles sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un modèle d'audience dynamique pour maximiser la couverture des utilisateurs cibles, - un modèle d'environnement dynamique pour maximiser la couverture de l'environnement cible, - un modèle intégré dynamique pour maximiser la couverture du public cible et de l'environnement. <p>Le travail consiste à effectuer <u>les étapes</u> vers cet objectif, en se focalisant sur la diffusion des informations pendant les JO'2024 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre l'article proposé ainsi que les modèles. L'état de l'art sur le sujet est à développer. 2. Confronter les modèles à l'étude de cas, faire des propositions. 3. Expérimenter. JCDecaux est fortement intéressé par le sujet et fournira certaines données concernant les panneaux publicitaires. |
| Disciplines et activités particulières | Informations spatiales, géolocalisation, algorithmes statistiques. |

| | |
|--|--|
| sollicitées pour la réalisation du projet | |
| Livrables attendus par le chercheur commanditaire | Un rapport de 6 pages (hors annexes) Une soutenance Un poster scientifique |
| Contraintes propres du laboratoire (ex. accès, modalités d'accueil, dates de disponibilité...) | EIVP, 80 Rue Rebeval, 75019 Paris |
| Livrables attendus par l'ENSG | Un rapport de 6 pages (hors annexes) Une soutenance Un poster scientifique |
| Commentaires | |