

Écrit par le 2 juin 2026

Holoboost réinvente l'homme-sandwich en version 3D



[Julien Chatton](#) et [Boris Delécluse](#), deux entrepreneurs gardois du Grand Avignon, viennent de lancer Holoboost, un outil portable de 'street marketing' reposant sur la technologie des hologrammes et de la 3D.

Tout le monde a déjà vu ces hommes-sandwiches, un support de publicité délicieusement suranné rappelant davantage la grande époque de la réclame que celle des campagnes 'de com' numérique conçu par des agences désormais connectées à la planète entière.

« En matière de communication on a parfois l'impression que tout a déjà été fait, reconnaît Boris Delécluse, créateur de [Cap affaires](#) mais aussi de [Photoboost](#), qui permet de louer une machine à selfie afin d'animer les événements privés ou professionnels. Il y a pourtant de nouvelles solutions qui existent dont le potentiel n'est pas utilisé. »

« Effectivement, la technologie des hologrammes n'est pas suffisamment exploitée, complète Julien Chatton. Nous avons donc fait développer un sac portatif où les hologrammes apparaissent dans le dos de

Écrit par le 2 juin 2026

celui qui le porte. »

Créer le 'buzz' en matière de 'street marketing'

Une version mobile qui, après une phase de test et de mise au point, devrait être très prochainement déployée pour le compte de plusieurs clients sur la zone du Grand Avignon.

Ressemblant à une sorte de gros ventilateur dont la 'coque' protectrice serait transparente, ce dispositif comprend l'équivalent d'une pale qui, en tournant, crée un effet holographique très lumineux afin d'être visible, y compris en plein soleil. Et si visuellement le rendu est difficile à photographier où à filmer, dans la réalité l'effet est assez bluffant.

« Avec Holoboost l'objectif est de créer du buzz en renouvelant les outils de street marketing », insiste Boris Delécluse. Pour cela, les deux compères proposent pour débiter, de louer les appareils et de concevoir le contenu 3D afin de mener des opérations de promotion dans les rues de la cité des papes.

L'enjeu du contenu

Les deux entrepreneurs n'entendent cependant pas se contenter de sillonner les artères des villes lors de campagnes ponctuelles. Ils souhaitent également proposer Holoboost aux commerçants.

« L'idée c'est aussi de permettre aux commerçants d'utiliser leur vitrine comme un média avec une technologie qui attire vraiment le regard, explique Boris Delécluse. Pour cela, nous proposons plusieurs formules dont une solution de location pour un montant de 69€ mensuel comprenant un changement de contenu chaque mois. »

« La clef de ce type de communication c'est le contenu qu'il faut renouveler régulièrement, assure Julien Chatton. C'est pour cela que nos offres comprennent aussi la production régulière des nouveaux messages en 3D. »