

PARTENAIRES ENSEIGNES

 <p>www.bricomarche.com</p>	 <p>www.leroymerlin.fr</p>
 <p>www.intermarche.com</p>	 <p>www.lavignery.fr</p>
 <p>www.eram.fr</p>	 <p>www.cyrillus.fr</p>
 <p>www.ikea.com</p>	 <p>www.pizzapai.fr</p>
 <p>www.zodio.fr</p>	 <p>www.t-a-o.com</p>
 <p>www.kiabi.com</p>	 <p>www.idkids.com</p>
 <p>www.sia2e.org</p>	 <p>www.wereldhave.com</p>
 <p>www.flunch.fr</p>	



Mise à disposition d'une ingénierie de projets dédiée à l'innovation dans le commerce



Outils de veille tournés vers la prospective



the future of shopping



Accès à un centre d'innovation unique en Europe, implanté au coeur d'un site emblématique pour les TIC



Accompagnement financier des entreprises innovantes



Vitrine technologique ouverte aux entreprises les plus innovantes

La vocation du PICOM : **construire le commerce du futur**

Le lancement du Picom en 2006 a permis de rapprocher deux univers très différents : celui des entreprises de la distribution et de la recherche publique. Plus de 120 entreprises sont adhérents du pôle dont un tiers sont des PME technologiques ainsi que 15 laboratoires et instituts de recherche spécialisés dans les TIC.

New Shopping Experience by Picom présente chaque année les nouveaux usages du commerce par une sélection de démonstrateurs inédits, issus de la collaboration de grandes enseignes, de PME et de chercheurs. Depuis 2010, plus de 70 projets cofinancés par les collectivités territoriales et l'Europe (FEDER*) ont ainsi été exposés dans les salons internationaux notamment Euroshop à Düsseldorf en 2014, RBTE à Londres en 2015 et plus récemment au CES à Las Vegas en 2016.

* Fonds Européens de Développement Economique Régional


Partenaires Recherche














Autres partenaires



New Shopping Experience by PICOM®

NSE 2016



Des expériences de relation clients inédites !

Testez et expérimentez les 17 innovations inédites du commerce du futur présentées lors de cette nouvelle édition 2016 ! Sélectionnés par le PICOM et développés en collaboration avec 16 enseignes de la distribution, 20 PME technologiques, et 4 laboratoires de recherche, ces proofs of concept ne manqueront pas de vous surprendre sur les tendances et les usages innovants du frictionless shopping !

Ne pas jeter sur la voie publique

Pôle des industries du commerce
40 rue Eugène Jacquet - 59708 MARCQ EN BAROEUL CEDEX
Patrick Brunier, Délégué Général
Tél 03 20 99 45 97 - E-mail : mthelie@citeonline.org



N A O S
PUBLICIS
NOOKIK
Omni-channel Retail Technologies
CYRILLUS

Smartalog

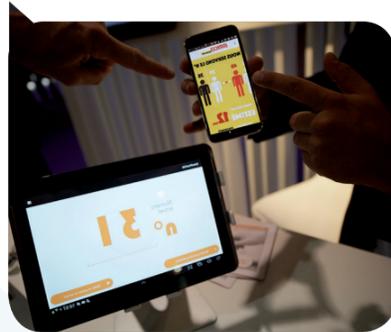
Le courrier adressé garde une très forte valeur émotionnelle, dont le taux de transformation reste très important. Mais les boîtes aux lettres débordent de plis promotionnels trop génériques et mal ciblés.

Le projet Smartalog, vise à repositionner le catalogue papier au sein des différents canaux digitaux existants en développant une solution de communication supplémentaire et industrialisée permettant aux annonceurs d'adresser à un client un support papier intégralement personnalisé par son contenu (textes et images) et lié à la connaissance de ce client et à son environnement. «Délivrer directement en boîte aux lettres un document papier personnalisé à un client en fonction de son historique d'achat, de sa navigation, en cohérence avec la politique commerciale de l'enseigne, des tendances...».

NEOTROPE
INTERMARCHÉ

Affect - Tag

Affect-Tag est une solution de captation physiologique et d'analyse des émotions. Développé en collaboration avec la recherche scientifique, le bracelet connecté permet une mesure simple et nomade de l'engagement du consommateur. L'outil de visualisation sur tablette permet une observation en temps réel des constantes tandis que le software d'analyse facilite une interprétation efficace et rapide des émotions du consommateur mesurées pendant son expérience shopping.



insiteo
welcome inside
BRICOMARCHÉ

GeoProfiling

L'objectif est d'élaborer des profils de visiteurs d'un point de vente à l'aide de leurs données de géolocalisation.

Les données sont élaborées par les algorithmes d'INSITEO implémentés dans l'application mobile Bricomarché, activés avec l'accord de l'utilisateur. Ces algorithmes délivrent des données individuelles et anonymes très précises (zones visitées et temps passés notamment), même lorsque le smartphone est en veille.

Le traitement de ces données et l'élaboration des profils sont assurés par le prototype logiciel MixtComp® développé par l'équipe-projet MODAL chez INRIA.

La solution, déployée dans plusieurs magasins, apportera des avancées majeures dans la connaissance précise des comportements clients et permettra de bien mieux cibler les interactions mobiles que l'enseigne souhaitera implémenter.

ePlankton
LA VIGNERY

Social Avatar

ePlankton propose un jeu pour connaître les motivations profondes de vos consommateurs et ainsi leur proposer l'offre juste. Nous nous basons sur des travaux de recherche sur les motivations et comportements inconscients des consommateurs.



iVS
INTELLIGENT VIDEO SOFTWARE
FLUNCH

Self Scan

Ce projet a pour objectif de réduire le temps d'attente aux caisses des restaurants type « self ». La technologie employée est celle de l'analyse d'image en temps réel, associée au deep learning et aux réseaux neuronaux.

Le principe est de reconnaître automatiquement le contenu d'un plateau et de générer le ticket de caisse.



ZEN'TO
STIMSHOP
TAPE A L'OEIL

Whisperings : Analyse client et interactions contextuelles en Magasin

Le projet « Whisperings » de STIMSHOP et ZENTO permet à TAPE A L'OEIL de détecter ses clients en magasins, de mesurer leur parcours et d'interagir de manière localisée et contextuelle. Le module Link discovery, de gestion et d'analyse des espaces, permet de créer des « zones commerciales » d'interaction client personnalisées. L'ultrason STIMSHOP diffusé dans la sono et via les Hbeacons (BLE+Ultrason), permet de déclencher la relation avec une réelle précision dans les zones de détection, sur 100% des smartphones des visiteurs.

Link connect, le module de gestion des interactions de ZENTO, permet une mise en scène simple et modulable des scénarios de fidélisation et d'échanges entre la marque et son client. Pour « Whisperings », TAPE A L'OEIL, ZENTO et STIMSHOP mettent en place des scénarios originaux et novateurs sans complexité technique.



adri
line
Seize
WERELDHAVE

TAG IT !

Faites vivre une expérience unique à vos clients !

Dispositif d'animation interactif 100% digital, TAG IT ! permet d'interpeller le consommateur lorsqu'il passe devant la vitrine d'un magasin ou dans l'allée d'un centre commercial.

Avec TAG IT !, vous pouvez choisir parmi plusieurs modules d'interaction celui qui correspond à vos objectifs :

>Tag Promo : Jouez à un jackpot virtuel et gagnez des bons d'achats à valoir immédiatement en boutique.

>Tag Info : Une question ? Choisissez votre séquence d'information d'un simple geste.

>Tag Event : Le compte à rebours est lancé ; inscrivez-vous pour participer à l'événement en avant-première.

>Tag Fashion : Choisissez la tenue du mannequin et laissez-la vous faire le show !

À partir de septembre, le dispositif sera déployé aux Docks Vauban, centre commercial géré par Wereldhave.

holusion
KIABI

Holographic shop window

L'Holographic Shop Window a un objectif : vous faire vivre une véritable expérience dans votre parcours d'achat. L'hologramme vous accueille dès votre entrée chez KIABI. Présentez-vous devant cette vitrine interactive pour y découvrir toute la collection du magasin. Prévisualisez ainsi vos produits, leurs caractéristiques et trouvez leur emplacement.

Envie d'un produit innovant et adapté à votre magasin ? Holusion, expert de l'affichage digital innovant, vous accompagne dans la création de votre projet sur-mesure.



PIZZA PAI

Service Rapido : le digital au service de la restauration

Avec Rapido, nous supprimons les temps morts générateurs de stress pour les clients pressés. Le service repose sur une application configurable et interopérable ainsi que sur un système de reconnaissance et de géolocalisation. Le client choisit depuis son smartphone, le jour et l'heure à laquelle il souhaite réserver une table et le nombre de personnes à servir. Il choisit ensuite sa formule et ses plats, et invite les personnes conviées à faire de même en indiquant leur mail ou numéro. Les invités sont automatiquement prévenus. Cette étape finalisée, chacun procède au paiement. De son côté le restaurateur paramètre ses quotas de places, et gère ses réservations depuis son back office. Une fois arrivés les clients sont automatiquement reconnus et invités à s'orienter vers leur table ! Les équipes sont averties et la commande est lancée automatiquement en cuisine sur un écran dédié.

DIGIPHYSE
ZODIO

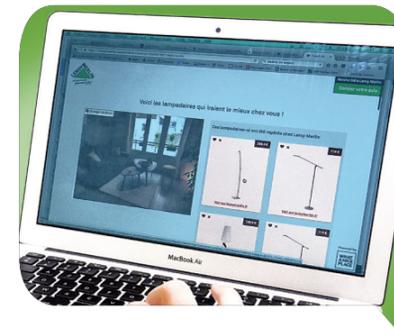
Interactive Manufacturing

La création numérique en un clic ! La personnalisation fait aujourd'hui partie de notre quotidien. Les nouvelles technologies permettent désormais des possibilités de création infinies, mais attirent peu de gens car trop complexes. Avec notre solution, vous pourrez créer vos objets, exprimer toute votre créativité, sans aucune difficulté.

WHAT A NICE PLACE
LEROY MERLIN

Coach déco virtuel

Parce qu'il n'est pas toujours évident de trouver le bon meuble sans y passer des heures et sans avoir le stress de mal choisir par rapport au reste de son intérieur, What A Nice Place a créé, en collaboration avec Inria, un coach déco virtuel. Ce coach déco se base sur la photo de l'intérieur du client pour lui recommander des produits coordonnés au reste de sa déco. Leroy Merlin teste cet outil innovant sur son rayon luminaire. Choisir sa déco devient facile et ludique.



wenove
Agitateur d'innovation
IDKIDS

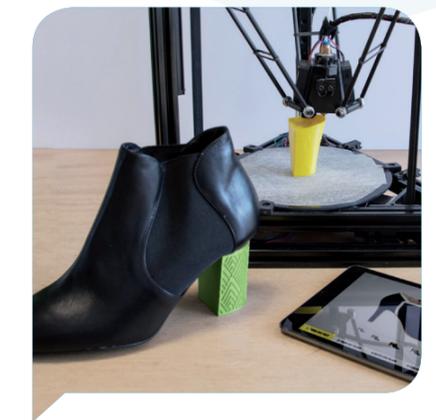
Creative lab

Le Creative Lab d'Idkids est un lieu d'initiation à la culture numérique et d'expérimentation, dédié aux enfants, pour imaginer, concevoir et fabriquer ensemble, en toute sécurité. Réalisé en partenariat avec Wenove et Digiphyse, cet atelier ludo-pédagogique permet aux enfants entre 6 et 12 ans de développer leurs talents de créativité, dans un esprit «learning by making» à partir d'outils numériques (tablettes graphiques, configurateur, découpe et gravure laser...).

unistudio
ERAM

Atelier 27

Afin d'offrir une expérience unique à ses clients, Eram et Unistudio ont mêlé leurs savoir-faire pour réaliser le rêve de nombreuses femmes : créer leurs propres talons sur-mesure. Après avoir défini le modèle, la forme et la couleur, il ne reste plus qu'à se laisser émerveiller par la magie de l'impression 3D. Vous pourrez donc dans la même journée imaginer, concevoir, créer et porter vos talons : du shopping hors du commun.



keyneosoft
IKEA

My Personal Immersive Assistant

Pas toujours facile de choisir sa nouvelle cuisine ! Quel style, quelles couleurs ? Est-elle vraiment bien adaptée à ma pièce ?

L'objectif de My Personal Immersive Assistant est de faire entrer l'univers cuisine IKEA chez le client grâce à la réalité virtuelle et de rendre simple, ludique l'achat et l'essayage de sa future cuisine. Chez lui ou en magasin, le client aménage et personnalise sa future cuisine sur son outil de conception 3D traditionnel puis visualise son projet en temps (et lieu) réel grâce à la réalité virtuelle.

Depuis l'application dédiée, le client prend les mesures de la pièce dans laquelle il souhaite transposer les différents modules cuisine IKEA via l'appareil photo de son smartphone. Sur le configurateur de cuisine en ligne, il procède à la création de son projet. Désormais équipé d'un casque de réalité virtuelle, Cardboard ou autre, il est capable de visualiser la cuisine de ses rêves, directement intégrée à son propre lieu de vie, en totale immersion et à 360°.

En un clic, il passe commande directement depuis son smartphone !

Cylande
TAPE À L'OEIL

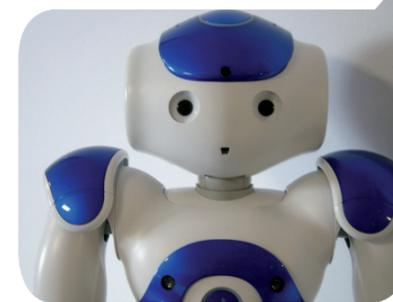
UR Robotics

Le projet consiste à améliorer l'expérience utilisateur des clients qui utilisent des dispositifs digitaux déployés en magasin grâce à la plateforme de vente omnicanal UR POS.

Le principe est d'agir sur les échanges via la voix et le son, en proposant au client :

> une expérience d'achat ludique et engageante, > un accueil humanoïde à l'utilisation, avec les robots Nao et Pepper fabriqués par la société SoftBank Robotics.

Le plaisir et les émotions procurés par l'interactivité diminuent la perception d'intrusion et limitent les irritants que peuvent parfois créer les autres outils digitaux.



Webpulsar
Agilité à l'assurance
JARDINS DE COGNAC DE LA HAUTE BORNE

Monnaie Cocagne Blockchain MoCoBlock

Le projet vise à expérimenter les usages de la blockchain dans le retail.

Via la création d'une Monnaie Locale Complémentaire et d'applications dédiées, nous présentons de nouveaux services communautaires.

Un cas d'usage de dématérialisation de titre de paiement est également présenté.