



PROJETS RETENUS

<p style="text-align: center;">Sii Leroy Merlin</p> <p style="text-align: center;">Kolekto</p>	<p>Le projet propose une nouvelle manière d’interagir pour les préparateurs de commandes en entrepôt ou magasins par le biais d’un casque Microsoft Hololens permettant l’usage de la réalité mixte.</p> <p>Un préparateur pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visualiser et optimiser son picking en temps réel, et interagir avec le système par gestes. - Le prélèvement est reconnu automatiquement, sans manipuler un device. <p>Nous intégrons la reconnaissance de geste commun sur la solution en utilisant la caméra intégrée et les capteurs.</p> <p>Cette solution sera la première mise en œuvre concrète de la réalité mixte pour une entreprise retail.</p>
<p style="text-align: center;">La Mobility Oney</p> <p style="text-align: center;">Easy ID, easy payment</p>	<p>Easy ID, Easy Payment optimise le parcours d’achat grâce à un paiement innovant, simple et totalement intégré dans la vie quotidienne du consommateur. Grâce à la voix, le consommateur échange et complète de manière naturelle, simple, et rapide, les longs et fastidieux formulaires d’inscription qui existaient jusqu’à présent pour obtenir des facilités de paiement. Ensuite, Il n’a plus qu’à “ signer ” son paiement avec son visage, grâce à la reconnaissance faciale sur son mobile, à chaque fois qu’il paie ses achats sur mobile !</p>
<p style="text-align: center;">BlueGriot IDKids</p> <p style="text-align: center;">KidScan</p>	<p>“ Pourquoi Papa ou Maman refusent de m’acheter un jouet en magasin ? ” et “ Pour avoir de l’argent, il ne suffit pas d’aller à la banque ou au guichet automatique ? ”</p> <p>L’argent est omniprésent dans la vie quotidienne, mais les jeunes enfants n’en comprennent pas la valeur. Ils nous entendent en parler, nous voient compter, payer. Il est donc naturel qu’ils s’y intéressent. Leur parler d’argent n’est pas indécent et il n’y a pas de lieu d’en faire un mystère.</p> <p>Nous avons ainsi choisi de les aider à comprendre, leur expliquer mais également de les impliquer en imaginant KIDSCAN un objet connecté permettant d’accompagner les enfants dans ce nouvel apprentissage.</p> <p>Avec KIDSCAN, l’enfant va pouvoir, par exemple, scanner un produit et savoir s’il peut se l’acheter ou s’il est trop cher, découvrir le concept du budget, apprendre à économiser, échanger et donner.</p>
<p style="text-align: center;">Nuukik Promod</p> <p style="text-align: center;">Featex</p>	<p>A partir de visuels produits, FeatEx est capable de faire une recommandation d’articles personnalisée en adéquation avec le style de la marque. Grâce à une analyse deep learning des shootings produits de la marque et des croquis issus de son bureau de style, le moteur de personnalisation propose instantanément des produits coordonnés ou similaires aux silhouettes prises en photo par les consommateurs sur les réseaux sociaux ou par les équipes de vente en boutique physique. En analysant les images et contenus de différentes sources, FeatEx fait une mesure objective des critères de couleur, de texture et de forme et propose un produit, similaire ou coordonné, au plus proche des tendances, des envies du consommateur et des objectifs marketing.</p>

<p>Cadre de Vie Leroy Merlin</p> <p>Deep Home</p>	<p>Nous aidons les grandes marques (banque, assurance, énergie, télécoms, commerce, travaux, ...) à fidéliser leurs clients lorsqu'ils changent de domicile, grâce à une plateforme API innovante qui détecte et qualifie les foyers susceptibles de déménager. Pour cela, nous proposons aux 3 millions de foyers qui changent de domicile tous les ans et qui visitent les sites de ces marques plusieurs services pertinents et des contenus qui les intéressent vraiment, en lien avec leur projet et leur futur logement.</p> <p>Nous enrichissons le parcours initial d'une brique IA dont l'objectif est d'accompagner l'internaute dans sa décision d'achat. Nous lui proposons de visualiser son futur logement en simulant sa future cuisine grâce à l'utilisation de la donnée Leroy Merlin et à la démarche de l'apprentissage profond. Ainsi, l'internaute est en mesure de programmer les visites de logement correspondant à ses critères.</p>
<p>Webpulser Kiabi</p> <p>Visual voice experience</p>	<p>Visual Voice Experience est un projet visant à concevoir des interfaces graphiques e-commerce pilotées par la voix. Grâce aux progrès de la reconnaissance vocale et du traitement du langage naturel, il est possible de réimaginer des interfaces graphiques épurées de la navigation traditionnelle afin qu'elles soient plus intuitives, naturelles et immersives.</p> <p>Nous avons imaginé 3 fonctionnalités innovantes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shopping inspirational <p>A partir d'une requête vocale ouverte : "montre-moi les produits tendances"</p> <p>L'application propose un scénario pour orienter et personnaliser la découverte de produits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recherche instantanée et filtrage <p>L'utilisateur peut énoncer une requête vocale précise : " je veux voir les vélos tout terrain en 24 pouces à moins de 200 € ", et explorer les résultats en les affinant, par exemple, en disant : " seulement les bleus ", " revient sur le premier "...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Achat en une phrase <p>Une fois les produits sélectionnés et ajoutés au panier, l'achat peut être simplifié par des commandes de type : " je veux être livré chez moi et payer avec ma carte habituelle ", " livre-moi au bureau "</p>
<p>Kylil Kids Flunch</p> <p>Kylil Quest</p>	<p>Réinventer l'expérience d'achat des enfants</p> <p>L'enfant compose son menu sur un mur interactif puis l'enregistre sur son bracelet RFID.</p> <p>Lors du passage en caisse, l'enfant valide son menu à l'aide de son bracelet. Cette validation permet de rattacher l'ensemble de la commande de la famille au bracelet.</p> <p>Une borne de commande située en salle permet de lancer la commande pour toute la famille qui aura choisi le service à table ou le retrait de la commande au stand famille.</p>
<p>Kylil Kids Picwic</p> <p>Kylil Quest</p>	<p>La chasse au trésor RFID</p> <p>L'enfant doit trouver des boîtiers RFID cachés dans le magasin et les badger avec son bracelet RFID.</p> <p>Chaque boîtier scanné lui permet d'accéder à un mini- jeu sur écrans tactiles pour récolter des indices.</p> <p>Ces indices lui permettent de décoder une énigme pour ouvrir le coffre au trésor connecté.</p>
<p>Ineat Group Decathlon</p> <p>Sport Box</p>	<p>En partenariat avec Décathlon, INEAT/PHOCEIS propose au client de vivre une expérience innovante et insolite à l'intérieur d'un cube afin de découvrir son sport de prédilection.</p> <p>En échangeant avec Maria, petit personnage animé, le client répond à une série de questions relatives à ses goûts, habitudes et envies sportives.</p> <p>Les échanges entre Maria et le client se feront entièrement par la voix.</p>

	<p>Une assistance vocale est une technologie incontournable en pleine émergence qui facilite les interactions homme-machine au quotidien.</p> <p>Fini les contraintes d'adaptation du client à l'interface, l'expérience est plus intuitive et immédiate.</p> <p>Les réponses que le client donnera permettront à Maria de cerner son sport de prédilection. Une fois le sport défini, le client sera projeté dans une expérience immersive pour découvrir l'univers du sport recommandé par le personnage.</p> <p>Pour terminer, le client repartira avec des avantages, recommandations produits ainsi que des informations sur la pratique de l'activité sportive dans la Région.</p>
<p>Limpidius Auchan</p> <p>Receipt to recipe</p>	<p>Grâce à Receipt to Recipe, votre ticket de caisse vous aide à mieux manger! Lors de votre passage en caisse, vous recevez en temps réel un email contenant votre ticket de caisse dématérialisé, mais aussi des recettes et des conseils nutritionnels adaptés à vos achats. Vous préférez conserver un ticket de caisse papier? Dans ce cas, il contiendra un QR code vous invitant à consulter vos recettes et conseils personnalisés. Nous offrons ainsi à nos clients magasins un accès à nos services digitaux de manière ludique et utile.</p>
<p>MCq Leroy Merlin</p> <p>VR Shopping</p>	<p>Grâce au VR Shopping, les clients peuvent visiter le magasin de leur choix et faire leurs achats comme s'ils y étaient !</p> <p>Le projet VR Shopping offre les avantages du monde réel (immersion totale dans le magasin, visualisation de la mise en scène des produits, connaissance des stocks) avec les avantages du monde numérique (possibilité de faire des tris de produits en fonction de ses besoins, fiche produit détaillée, avis des consommateurs, achat à distance).</p>
<p>MCq Eram</p> <p>Emerch360</p>	<p>Emerch 360 est un projet de VR proposant une vision 360° de la surface de vente des boutiques Eram. Equipée d'un casque VR, l'équipe merchandising a la possibilité de " visiter " à distance la mise en place de ses préconisations dans les boutiques équipées de cette technologie. Cette solution permet de valider le respect des plans Merchandising, l'état de propreté du magasin, la mise en scène des produits... sans avoir à se déplacer physiquement.</p>
<p>Kooljak Kiloutou</p> <p>Fidz</p>	<p>Fidz est une carte de fidélité partagée entre plusieurs enseignes. Elle permet aux clients de collecter une monnaie virtuelle (des Fidz) dans différentes enseignes partenaires et de les dépenser dans ces mêmes enseignes. Grâce à Fidz, fini les innombrables cartes de fidélité dans son portefeuille !</p> <p>Plus encore, les utilisateurs de Fidz rejoignent une communauté et peuvent s'échanger des services, faire des achats groupés, partager des conseils, etc...</p> <p>Fidz, c'est la fidélité aux enseignes et à sa communauté !</p>
<p>Open Cooking Les Mousquetaires (Intermarché)</p> <p>Scan in store</p>	<p>Conçue par 2 frères, Julien (médecin) et Adrien (ingénieur développeur), Open Cooking est un coach nutritionnel proposant des recettes faciles et équilibrées intégrées directement dans la liste de courses. Idéale pour faire ses achats physiquement, la fonctionnalité de " scanning " permet de flasher les produits directement en magasin. L'utilisateur obtient des informations sur les produits et a accès en temps réel au montant de son panier. Les acteurs de la distribution optimisent l'expérience de leurs clients en magasin mais aussi en ligne, et améliorent leur visibilité, via leurs recettes proposées sur Open Cooking ou des publicités ciblées adaptées à cette nouvelle expérience d'achat.</p>