

# how i met your startup

Next now 30.01.24



FLASH POUR REJOINDRE LA COMMU WHATSAPP

# Introduction



Emmanuel Emery-Dufoug

The field

# Retex NRF 2024

Samir Amellal & Julia Wozniak

# Vos speakers



Samir Amellal

Auchan



Julia Wozniak

The field



# NRF, Retail's Big Show

Du 12 au 14 janvier 2024

40 000 visiteurs de 104 pays

Plus de 1 000 exposants et 150 sessions.

2024, année pragmatique

2024, année mature,  
notamment en termes de coût

# Avery Dennison Smartrac

Notre vision ?

“Une identité numérique unique pour chaque article, et ce, partout - un jumeau numérique, une personnalité numérique, un moyen de connectivité et un portail vers un univers numérique de marques”



# Les enseignements NRF

# Les enseignements 2024



*“Every store is a flagship store!”*

**E1 :** IA ou IA pas ? 

**E2 :** Au service de la performance magasin

**E3 :** L'avènement du serviciel custom

**E4 :** L'e-commerce veut sa revanche

**E5 :** Data à tout faire !

**E6 :** Confiance & collaboration,  
Responsabilité & Sécurité

**E1 :**

**IA ou pas IA ?**



## Investissement:

**143 M en 2027 VS 16 M en 2023**

(International Data Corporation)

**81 % des décideurs du retail  
ressentent « l'urgence » d'adopter l'IA  
généralive** (Google sur NRF)

*“Il faut veiller  
à ne pas mettre l'IA  
généralive  
à toutes les sauces.”*

**Marc Benioff**  
CEO Salesforce



**TOP 3**



**des startups IA  
spottées à la  
NRF**



1

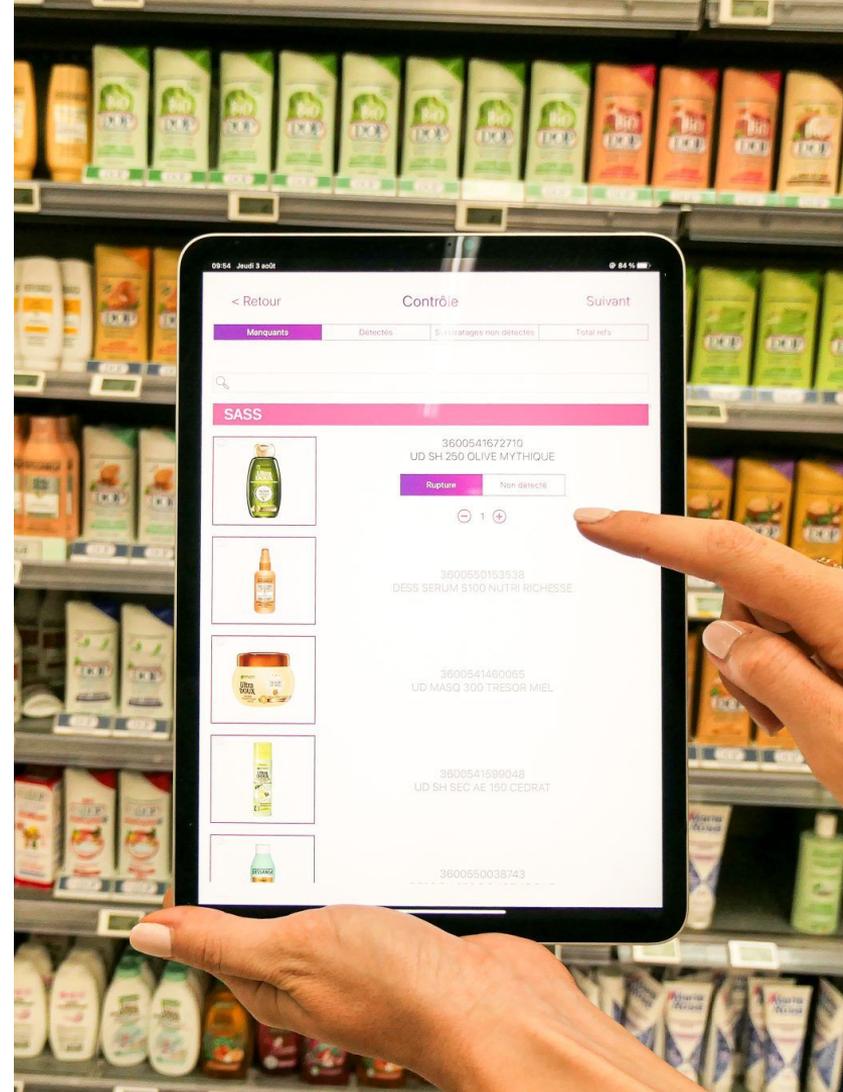


easyPicky

collecte et analyse des données terrain en quelques secondes

Activer le mode vidéo sur smartphone ou tablette et parcourir les allées du magasin.

Solution IA de reconnaissance d'images vidéo qui collecte toutes les données et les transforme instantanément en KPIs, sans l'aide de réseau.





2



adapte le contenu des fiches produits selon le profil des clients

Solution de personnalisation de l'expérience utilisateur e-commerce

Grâce à l'IA générative, adapter des contenus (résultats de recherche, fiches produit...) en temps réel par aspiration des données de l'historique de navigation du client sur le site.

CIMULATE CUSTOMER-GPT

# Optimize every click of the customer journey.

Cimulate delivers the first ever Customer-GPT. Leverage Generative AI to optimize each click of the customer journey. Increase conversion by delivering shopping experiences that truly understand customer intent.

[Schedule A Demo](#)



3



# WRITER

plateforme full-stack  
d'IA générative

Writer-built LLMs

Knowledge Graph qui connecte les modèles aux sources internes de données.

AI guardrails

Écosystème d'APIs and d'intégrations.

**The field**  
collective is effective



## Palmyra LLMs

Transparent LLMs that are top-ranked by Stanford HELM and never use your data for training



## Knowledge Graph

Our [graph-based RAG](#) with industry-leading accuracy on knowledge retrieval



## AI guardrails

Automatic enforcement of your legal, compliance, and brand rules



## Application layer

Chat interfaces, prebuilt apps, and composable UI options to serve any use case

# E2 :

## Au service de la performance magasin

Comment optimiser ou upgrader l'existant  
pour servir la performance ?



**TOP 4**

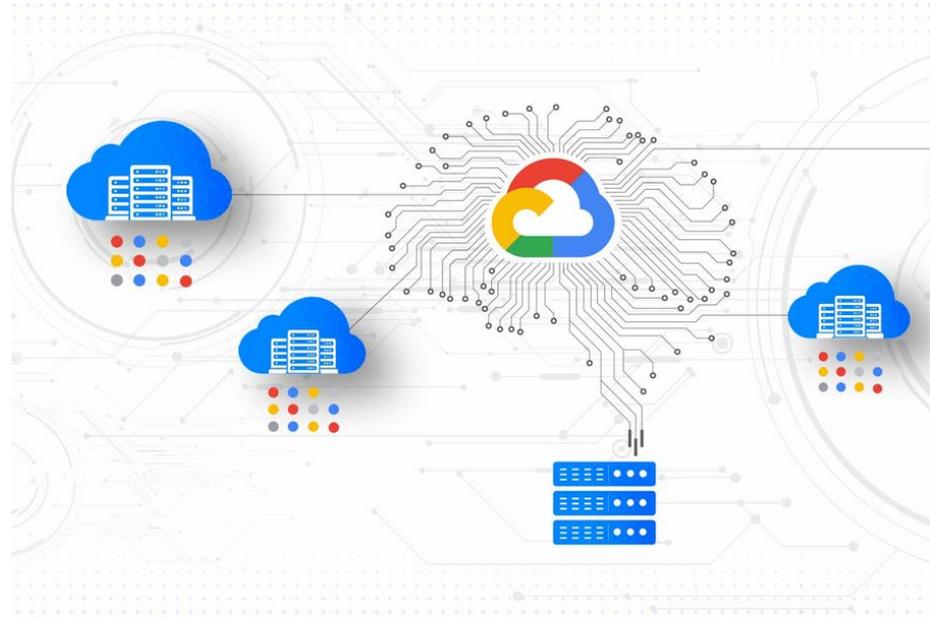


des innovations  
au service de la  
performance  
magasin

# L'âge de la maturité pour Google Edge Computing.

Serveurs Google dans magasins

Améliorer l'excellence opérationnelle





1

**vusion**  
ses imagotag

## Évolution des étiquettes électroniques (ses imagotag) :

Une exploitation plus efficace et plus industrialisée des étiquettes électroniques.

Solution Edge Sense co-construite avec Walmart : étiquettes connectées à des rails fonctionnant grâce au Bluetooth.





2



TROLLEE

## Une solution efficace au service de la résilience

Dispositifs d'achats en magasins Edge permettant de rester opérationnel sans latences et malgré des perturbations de réseaux.

The field  
collective is effective

Republik retail



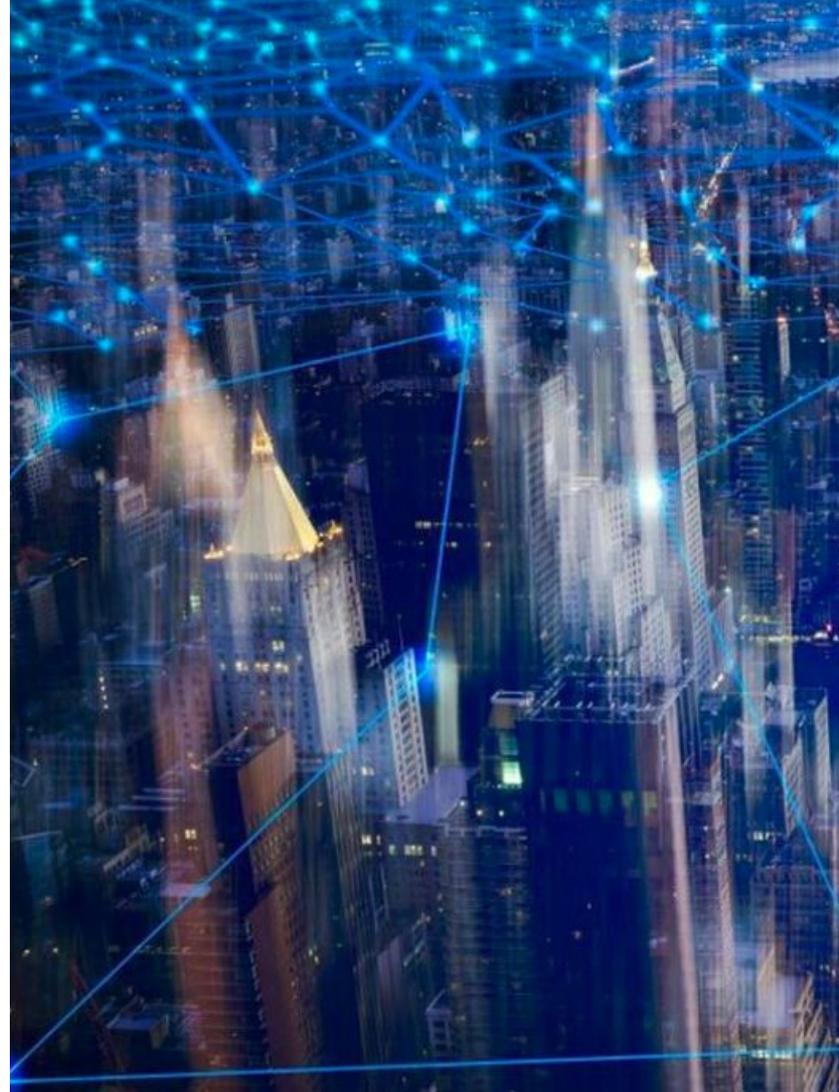


3



Déploiements simplifiés de l'IT du magasin

Haute résilience basée sur une approche  
Edge Computing





*“Every store  
is a flagship store!”*



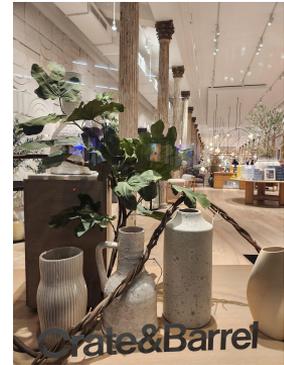
**Magnétisme**



**Discrétion digitale**



**Réinvention**



**Crate &  
Barrel**





## < Nike

Ancrer la marque par  
l'expérience magasin  
et par l'expérience client :  
fluidité de parcours,  
personnalisation,  
mise en action



## Glossier >

## < Sloomoo

The field  
collective is effective





< Wegmans

Les “vieux” concepts se réinventent pour une expérience plus immersive et plus fluide.



# Camp, Lego, Harry Potter >

Quand le magasin raconte  
une histoire...

La scénarisation  
de l'expérience





< Camp

The field  
collective is effective





**E3 :**

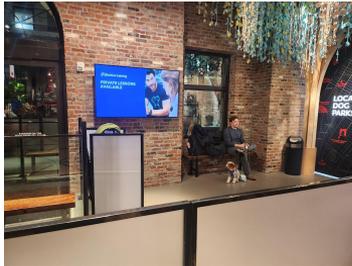
## **Le serviciel-custom**

Le serviciel devient (doit devenir ?) plus personnalisé.

Le principe du placemaking s'applique désormais aux retailers :  
diversifier son offre servicielle pour que les clients viennent plus souvent  
et restent plus longtemps.

# Petco

Une offre servicielle qui fait venir, revenir et rester.

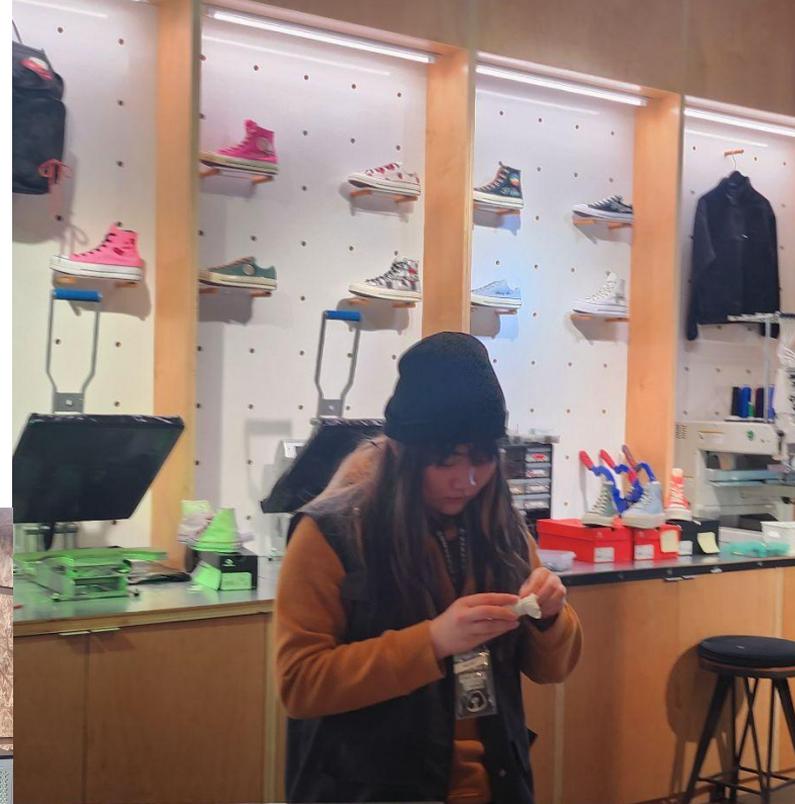


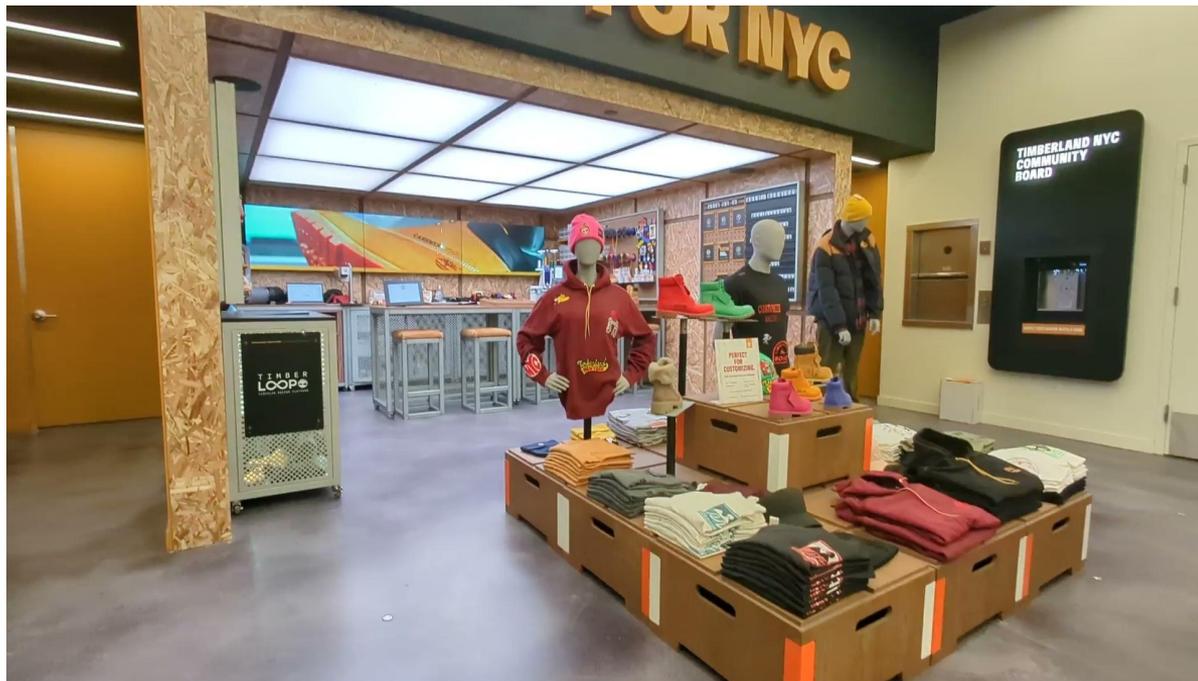
# Petco



# Timberland & Converse

Du care & repair vers le custom :  
le “comptoir” évolue.





**Timberland**

**E4 :**

# **L'e-commerce veut sa revanche**

**Le magasin fait son grand retour ? L'e-commerce contre-attaque !**

**La question :** comment intégrer online une forme d'expérience comparable à celle du magasin ? L'e-commerce c'est la convenance, comment (re)devenir une préférence ?

**2 solutions vues à la NRF** qui permettent de retrouver online  
les codes du magasin **+ 1 innovation sympa !**



1

# Obsess

créateur de plateformes  
e-commerce immersives

Créer un magasin virtuel immersif sur son site.

“The next-generation online shopping interface”

Le e-commerce traditionnel se mue en une expérience  
3D interactive et sociale.

**>> engagement, conversion, fidélisation**

## Consumer Goods



Give consumers a contextual, immersive environment to shop and discover products—driving increased brand engagement. Enable shoppers to purchase seamlessly through multi-retailer checkout.



2



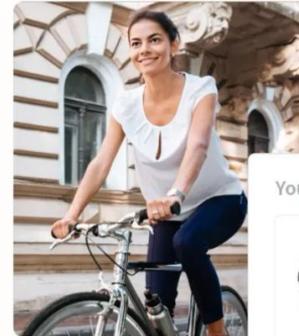
Solution de recherche et de recommandation de produits pour améliorer l'expérience e-commerce

The field  
collective is effective

# Elevate your eCommerce with Product Discovery

Instantly Engage to Power Sales with AI Powered Site Search

Let's chat



You might like these





2

# Y E S P L Z

. Styliste ia qui recommande des tenues

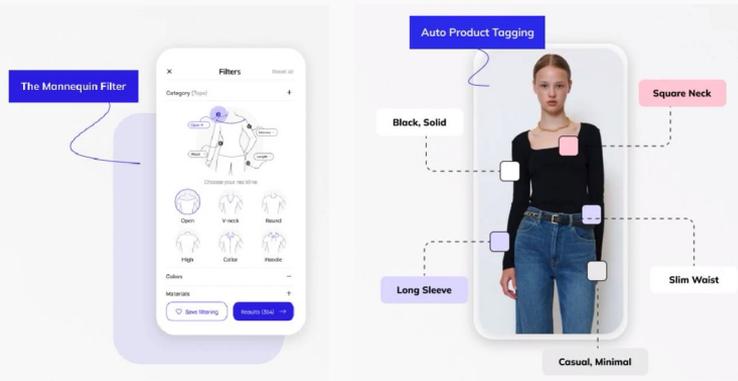
. Outil qui propose des filtres par forme de vêtement (encolures, longueur des manches...)

## See the Difference in Your Product Discovery Experience

AI Stylist, filters, and recommendations. Inspire the product discovery using fashion artificial intelligence. Shoppers always find the products they want.

SCHEDULE A DEMO

TRY LIVE DEMO





3

# StockX

StockX Drop off :  
recréer du brick and mortar

StockX offre un nouveau service aux internautes pour récupérer ou vendre les produits en passant par un espace physique à la fois facilitateur du parcours et petit écran de prise de parole pour la marque.



**E5 :**

# **Data à tout faire**

Une data mature au service du retail media (mais pas seulement)

**La data est partout :**

Traçabilité

Supply

Ressources humaines

# Google et la CDP

C'est parce que la data est mature  
que le retail media est devenu possible !

On en parlait sans être capable de les déployer.

C'est parce que les plateformes Data sont une réalité que le  
Retail Media devient une réalité.



## Google Cloud



1



permet de gagner un temps considérable pour déployer une plateforme Data !

Meta- plateforme qui permet de rendre activable les données sans forcément passer par les ingénieurs.

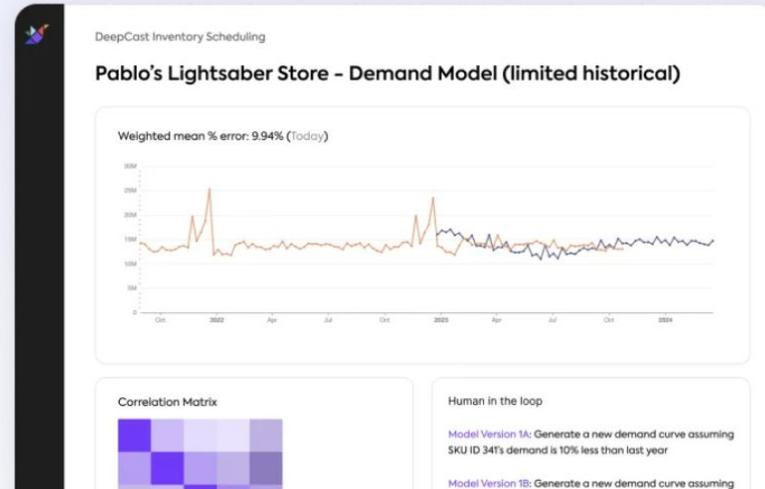
Traite et normalise les données pour en faire ce que souhaite le retailer, selon les prompts qu'il peut établir avec ces datas.

Nombreuses applications : mapping, création d'application mobile, amélioration de la supply chain...

**The field**  
collective is effective

# The Easy, Fast, and Powerful AI Platform for Everyone

Book a Meeting





2

**CURATED** *for YOU.*

## Curated for you, l'espion de la toile !

Agrégation de nombreuses données de recherche et de pages vues en dehors du site marchand pour personnaliser newsletters et campagnes publicitaires

Autre innovation : de nouvelles catégories de produits. Ex. : look de vacances par destination (ski, plage, city trip). + sous-catégories pour personnaliser davantage sa requête.



**Deliver a customer experience that sets your customers' imaginations on fire.**

Supercharge e-commerce sales by matching your products to the passions that your customers' purchases revolve around.

[Get a Demo](#)

**Lifestyle Data: The new dataset that connects your products to the reasons why consumers buy.**



Places



Affinities



Trends

# Zoom Retail media

Dès 2025 les audiences du retail media dépasseront les audiences TV.

La carte à jouer des retailers omnicanaux.

Accélération : après avoir monétisé la data en ligne, investissement dans le media in store

>> relais de croissance



3



## ARHT Capsule : l'hologramme "in-person" bluffant

Technologie 4K

Interactions humaines en temps réel

Nombreux use-cases



# E6 :

## Confiance & collaboration, sécurité & responsabilité

Confiance >> arrivée de l'ia générative :  
le client comme le collaborateur ont besoin d'être rassurés.  
La sustainability est une responsabilité dont il faut s'emparer.  
La sécurité reste un sujet clé.



## Yofi fait la chasse aux “bad actors”

identity platform that protects profits, ensures data integrity, and empowers decisions for genuine customers by eliminating bad actors.



### Returns

~0.5% of total customers  
contributed to 17% of  
returns.



### Resellers

~1.3% of total customers  
contribute to 28% of  
matched resold items.



### Skewed Data

~30-40% of CRM and  
Loyalty Programs profiles  
are fake or duplicate  
accounts.



### Coupon Abuse

~0.7% of total customers  
contribute to 13% of  
discounts and loyalty  
rewards redeemed.



2

# Solaire

Solaire : le passeport digital

Faciliter la revente des produits peer to peer grâce à un passeport digital tout en remontant des insights.

structuration et systématisation de la seconde main

**RESALE ROYALTIES**

**VALUABLE MARKET DATA**

**CUSTOMER ACQUISITION**



Peer Spending



Consumer Profile



3



## la plateforme intelligente pour la performance retail

Collaboration en temps réel au sein de l'entreprise

Messages interactifs, contenant des vidéos, images et documents.

Communication instantanée et en un seul endroit, tout en ciblant des équipes et des groupes de magasins spécifiques.

Partage de retours clients avec toute l'entreprise

**The field**  
collective is effective

### My Tasks

- Health & Safety Check
- Watch Training Video
- VM Audit
- Prep for Friday



Our new collection comes in next week

Here's a sneak peek!



Amazing! We'll get started on the new display

# Clap de fin pour NRF

# Salon start-up x AFM



François Courtin

The field

## Team Rocket



epsor



## Customer Quest



EKOO

elyn

obypay

PÜRSE  
Make it grow.

woop

## Captain Planet

circularX

ecklo

MOBIUS  
PACK

NEOSA

Usave

## Team Rocket 🚀



## Customer Quest 🛍️



## Captain Planet 🌱



## Team Rocket 🚀



epsor



## Customer Quest 🛍️



EKOO

elyn

obypay

PÜRSE  
Make it grow.

woop

## Captain Planet 🌱

circularX

ecklo

MOBIUS  
PACK

NEOSA

Usave

**MERCI**