

#ExperienceClient : plongez dans le Smart Phygital pour vivre de nouvelles expériences !

L'innovation : aucun secteur n'échappe à cet enjeu essentiel.

Entre invention et innovation, la différence se situe dans l'adoption par le public. De ce constat et dans cette démarche, la nouvelle édition 2018 du salon [Paris Retail Week](#), qui se tiendra du 10 au 12 septembre, met tout particulièrement en avant des projets pilotes et nouveautés que le public retrouvera bientôt en magasin.

L'occasion de découvrir et tester dans un esprit ludique des expériences de consommation conçues pour créer une réelle relation avec les clients ! Entre numérisation, robotisation et IA, le commerce connaît de profondes mutations qui ne manquent pas de surprendre. Coup de projecteur sur des nouveautés qui pourraient vous intéresser pour vos prochains sujets et reportages.

Des projets pilotes de grandes enseignes de la distribution

Le [PICOM](#) (Pôle de Compétitivité des Industries du Commerce) sera présent sur l'événement et présentera 14 projets pilotes que les consommateurs retrouveront demain en magasin.

Sous la marque « **New Shopping Experience** » (NSE), le PICOM conduit chaque année des actions qui constituent pour les entreprises technologiques une véritable source d'inspiration.

Cette année **le programme NSE regroupe 14 projets** qui illustrent des collaborations entre **des entreprises innovantes et des enseignes de distribution** de secteurs variés qui ont un réel impact sur le développement du commerce de demain. Il s'agit d'associations autour d'un **cas d'usage bien particulier qui répondent à la problématique d'une enseigne**, garantissant ainsi une parfaite convergence entre les nouvelles technologies sollicitées et les solutions innovantes proposées :

Un acteur de **la grande distribution** exposera son projet de **dématérialisation des tickets de caisse**. Ces derniers peuvent être désormais envoyés par mail avec des astuces et conseils de nutrition ou des recettes à l'appui.

Un autre développera son projet de **coach nutritionnel** à même de proposer des **recettes faciles et équilibrées intégrées directement dans la liste de courses**. Idéale pour faire ses achats physiquement, avec une fonctionnalité de "scanning" qui permet de flasher les produits directement en magasin.

La **réalité virtuelle** prend tout son sens pour **les GSB** ! Grâce au **shopping virtuel**, les clients pourront visiter le magasin de leur choix et faire leurs achats comme s'ils y étaient. Le projet de shopping virtuel offre les avantages du monde réel avec une immersion totale dans le magasin et du monde numérique.



La **voix** prendra place auprès des **enseignes de prêt-à-porter et d'équipements sportifs**. Le client pourra vivre **une expérience innovante et insolite à l'intérieur d'un cube afin de découvrir son sport de prédilection**. En échangeant avec la voix d'un petit personnage animé, le client répondra à une série de questions relatives à ses goûts, habitudes et envies sportives. Une fois le sport défini, le client sera projeté dans une **expérience immersive pour découvrir l'univers du sport recommandé** par le personnage. Pour terminer, le client repartira avec des recommandations produits ainsi que des informations personnalisées.



Sans oublier les innovations qui ciblent les plus jeunes. Les **“enfants du numérique”** s'approprient des solutions ludiques comme **une chasse au trésor RFID**. L'enfant devra trouver des **boîtiers RFID cachés** dans le magasin et **les badger avec son bracelet RFID**. Chaque boîtier scanné lui permettra d'accéder à un **mini-jeu sur écrans tactiles** pour récolter des indices. Ces indices lui permettent de **décoder une énigme** pour ouvrir le coffre au trésor connecté.

Ces projets, parmi d'autres tout aussi innovants, seront présentés lors du salon. A l'issue de l'événement, le PICOM annoncera les idées les plus plébiscitées !

Immersion totale en point de vente : Viva Le Store

Viva Le Store est le nouvel espace original et surprenant spécialement conçu pour être le reflet de la nouvelle dynamique du point de vente. Les expériences les plus novatrices seront présentées en matière d'aménagement, design, équipement, digital, innovation technologique.

Dans un **esprit ludique et expérientiel**, l'espace mettra en lumière **les dernières innovations** des exposants du secteur **Aménagement / Equipement / Marketing PLV** du salon, le tout mis en scène pour créer **un parcours autant surprenant que prospectif**. Les visiteurs y découvriront en plus un corner spécial dédié aux toutes **dernières tendances commerciales**, ainsi qu'un espace customisé pour faire vivre l'expérience **Connected Store** en direct.

Viva Le Store* sera le reflet du Smart Phygital pour faire vivre aux visiteurs les nouvelles expériences que le commerce adopte.



**en partenariat avec INFLUENCIA et OBJETCONNECTE.NET*

Le rendez-vous des start-up à la pointe des NT

L'espace **Start-Up** cette année est spécialement réservé à plus de 60 jeunes sociétés aussi innovantes les unes que les autres. A la pointe des nouvelles technologies, ces jeunes pousses auront la possibilité d'assurer le développement de leurs solutions.

Parmi les dernières entreprises présentes :

[8X8 DIGITAL MARKETING](#), [AKOUSTIC ARTS](#), [ARMIS](#), [BEYABLE](#), [BLOG ECOMMERCE](#), [BUYAPOWA](#), [CAPTURAX](#), [CUSTPLACE](#), [DIGITAL EFFECT](#), [eCENTIME](#), [FINANCE INNOVATION](#), [FLOWBOX](#), [INFLUANS](#), [KIWIZ](#), [LASER ARMY](#), [LEFTY](#), [MEDIALEADS](#), [MOONSHOT-INTERNET](#), [MRSURICATE](#), [MULTISITES MANAGER](#), [NEOS](#), [NETGOBOX](#), [NETLINKING.FR](#), [ORION SEMANTICS](#), [ORTAKALAN](#), [PAARLY](#), [PINDROP SECURITY](#), [PRICECOMPARATOR](#), [RETAIL VR](#), [SKALUP](#), [SKAPÂNÉ](#), [SNAPCALL](#), [UCOLIS](#), [WASSA...](#)

Bientôt accueillis par des robots Humanoïdes

[Event Bots](#), start-up française, bouleverse les marchés de l'accueil et du retail avec son robot humanoïde assistant d'accueil nommé Tiki. Trois robots seront présents sur l'événement.

Les robots Tiki sont dotés de **technologies de pointe** (détection faciale, lecture d'émotions, synthèse vocale, capteurs sensibles, animation faciale, etc) qui facilitent et dynamisent la gestion de l'accueil. C'est ainsi que les trois robots assistants orienteront les visiteurs grâce à **un plan interactif et leur présenteront les différentes zones et stands, à l'image de ce que nous retrouverons en magasin**. En totale complémentarité avec sa tablette, Tiki commente par sa voix toute information qui y est affichée et l'anime par sa gestuelle pour amplifier l'interactivité.



Une expérience émotionnelle en direct et en 3 dimensions

L'agence de communication en Réalité Virtuelle **[VR Academie](#)** propose des animations « Entertainment » dans l'espace networking du salon à travers 2 expériences inédites :

Vivre une véritable expérience émotionnelle en direct et en 3 dimensions sur le stand de « **VR gaming interactif** ». Les visiteurs deviendront acteurs de leur immersion grâce à un casque HTC Live connectés, des émetteurs infrarouges et des manettes qui deviennent l'objet de l'expérience.



Demain, en magasin et grâce au casque qui reproduit une vision 360°, le consommateur pourra vivre une expérience inspirante et se projeter avant son achat.