

PARIS RETAIL AWARDS 2021

Révélation du palmarès de l'innovation e-commerce

PARIS RETAIL WEEK du 28 au 30 Septembre 2021

Paris Retail Week, est l'événement majeur européen qui réunit tous les acteurs du e-commerce et du commerce connecté, des pure players aux marques, pour répondre aux 8 problématiques business majeures du secteur.

Paris Retail Awards



La cérémonie de remise des **Paris Retail Awards** a eu lieu le **mercredi 29 septembre de 12h30 à 13h30 en salle plénière.**

Tous les ans, les Paris Retail Awards récompensent les innovations e-commerce et retail. Pour chacune des 7 problématiques business, l'acteur le plus innovant est récompensé : commerce omnicanal, innovation marketing, logistique, marketplaces, nouveaux paiements, parcours client agile et data.

L'objectif de cette compétition est d'identifier des acteurs prometteurs et des innovations qui apportent des réponses efficaces à des problématiques que peuvent se poser tous les acteurs du retail. Les Paris Retail Awards peuvent faire office de véritable tremplin pour les participants : renforcer la notoriété, récompenser les efforts de toute une équipe ou encore initier de nouveaux contrats ou levées de fonds. La cérémonie est donc composée de 9 prix :

- 7 lauréats pour 7 problématiques business
- 1 prix start-up : le *Rookie Of The Year*
- 1 prix Coup de cœur du jury

Depuis maintenant 7 ans, le prix *Rookie of the Year* permet de récompenser les start-up les plus prometteuses. Une reconnaissance qui permet notamment de débloquent de belles opportunités financières.

>>>> Les lauréats 2021 sont :

Paris Retail Awards #PARCOURS CLIENT AGILE

Lauréat du prix Parcours Client Agile

XSERIES par FEC France

Nom de l'innovation : Xseries

Date de création : 01/03/2019

Résumé de l'innovation

La Xseries est un système d'encaissement vous permettant de multiplier les possibilités d'usage de vos points de vente. Son intégration est complètement modulable pour offrir une configuration adaptée à tous les environnements en magasin. Elle transforme votre point d'encaissement en point de services.

Principaux objectifs de l'innovation

A l'écoute du marché et des attentes de nos clients, la XSERIES a été conçue pour répondre aux besoins actuels. Son design est tendance, moderne et la Xseries s'intègre parfaitement aux meubles de caisse et aux environnements magasins tout en conservant sa praticité, sa robustesse et sa fiabilité.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

La longévité de production de 10 ans permet aux enseignes d'avoir un parc homogène sur la durée, de réduire considérablement les coûts d'exploitation et de garantir un support à long terme. La maintenance est simplifiée avec une connectivité rationalisée complètement déportée et un disque dur SSD-M2 extractible, pour des coûts diminués.

Caractère Innovant / points forts

La XSERIES conserve la robustesse historique des terminaux de points de vente FEC tout en alliant un aspect affiné et raffiné. Elle s'adapte à toutes vos contraintes métiers en termes d'usages, d'ergonomie, applicatifs, etc. Son objectif, proposer une expérience client complète et toujours plus inédite.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

- La disparition des câbles disgracieux sur le comptoir visibles de tous, grâce à sa connectique déportée dans son pied ou le meubles de caisse.
- La possibilité de faire évoluer le système Xseries en exploitation et à faible coût.
- La rationalisation des coûts d'exploitation avec une faible consommation électrique et des coûts de maintenance optimisés.

Paris Retail Awards #INNOVATION MARKETING

Lauréat du prix Innovation Marketing

Lumina Aqua par Hanshow Technology

Nom de l'innovation : Luminia Aqua

Date de création / lancement : 04/06/2020

Résumé de l'innovation

La solution Lumina permet d'améliorer l'agilité au sein des rayons fruits et légumes. Elle permet d'accéder à un réel pricing dynamique en fonction des arrivages, des stocks mais également du caractère périssable des produits. La solution Lumina est génératrice de trafic notamment par l'affichage des promotions dynamiques. Les nombreux scénarios de l'étiquette, permettent d'augmenter les revenus des distributeurs, notamment grâce à la vente complémentaire.

Principaux objectifs de l'innovation

L'étiquette Lumina Aqua répond à la problématique d'un rayon fruits et légumes. Par la typologie de produits, les rayons fruits et légumes sont historiquement difficiles à gérer et à animer commercialement. Il a donc fallu réfléchir à une solution, qui côté collaborateur améliore la gestion au quotidien à la fois de l'affichage du prix et de l'échantillon produit mais également pour le client d'améliorer son expérience. L'étiquette Lumina répond pleinement à tous ces objectifs.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

- Ecran large permettant d'afficher davantage de données afin de mieux répondre aux attentes des consommateurs en matière d'informations sur les produits frais, tel que l'origine, des conseils de consommations, des idées de recettes, etc.
- L'affichage dynamique multifonction rend plus vivant le mode de communication. Lumina Aqua permet de faciliter et améliorer le quotidien des consommateurs en les aidant à mieux connaître, mieux choisir et mieux cuisiner.

Caractère Innovant / points forts

La Série Lumina Aqua est étiquette électronique qui est conçue spécifiquement pour le secteur des produits frais, révolutionne tant sur le plan du design extérieur, que des performances ou des applications, les modes traditionnels de la vente au détail dans le secteur des produits frais, en répondant parfaitement aux attentes des détaillants en matière d'équipements connectés pour leurs surfaces commerciales. L'étiquette Lumina Aqua possède une alimentation électrique fiable et donc ne possède pas de batterie. Elle possède un écran LCD large, haute définition, intégrant la couleur. Elle est également étanche et anti-poussière. Elle possède un affichage dynamique multifonctions, et permet de lier plusieurs écrans pour n'en faire qu'un seul. De nombreux accessoires sont disponibles de manière à intégrer ces étiquettes sur tous vos mobiliers. L'installation est extrêmement simple et complètement plug and play.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client

Oui, la solution Lumina Aqua est déjà commercialisée. Elle est déjà installée dans le supermarché Match de Braine-l'Alleud en Belgique et le supermarché Auchan de Boulogne en France.

Paris Retail Awards #LOGISTIQUE

Lauréat du prix Logistique

Skypod par Exotec

Nom de l'innovation : Skypod

Date de création / lancement : 01/01/2016

Résumé de l'innovation

Exotec a développé un système de préparation de commandes, le Skypod, s'appuyant sur une flotte de robots 3D allant jusqu'à 12 mètres de haut. Une innovation agile permettant de suivre la croissance de ses clients. Aujourd'hui, plusieurs grands noms de la distribution utilisent le système Skypod : Decathlon, Uniqlo, Carrefour, Monoprix, Gap.

Principaux objectifs de l'innovation

Augmenter la productivité, diminuer la surface de stockage des clients. Le système permet d'accompagner les clients tout au long de leur évolution, grâce à une standardisation du système Skypod.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

L'intérêt sont les mêmes que nos objectifs. A cela s'ajoute la fiabilité du stock, une diminution du cout de préparation de commandes, une ergonomie pour les opérateurs et gagner en rapidité dans la préparation de commande.

Caractère Innovant / points forts

- **Agilité :** Le système est basé sur des racks inertes et une flotte de robots. Si un client a X% de croissance, Exotec rajoute X% de Skypod et X% de racks.
- **Productivité :** Jusqu'à 5 fois plus productif qu'une solution de picking manuelle.
- **Densité de stockage :** Jusqu'à 5 fois plus dense qu'une solution de stockage étagère. Le système existe en double profondeur.
- **Rapidité de déploiement :** Plus rapide que la concurrence.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

Oui. Un succès international avec un déploiement en Europe de l'Ouest, en Amérique du Nord et au Japon. Des entreprises comme Decathlon, Gap, Monoprix, Carrefour, ont déjà été conquises par la solution Skypod.

Paris Retail Awards #NOUVEAUX PAIEMENTS

Lauréat du prix Nouveaux Paiements

Encaiss'phone par CAPS

Nom de l'innovation : Encaiss'phone

Date de création : 01/10/2020

Résumé de l'innovation

Crédit Agricole Payment Services s'allie avec Déjà mobile pour offrir à leurs commerçants une solution d'encaissement sans contact sur smartphone ou tablette. Cette technologie permet d'accepter en proximité les moyens de paiement sans contact, sans limitation de montant autre que celui du moyen de paiement et sans aucun autre matériel relié au smartphone ou à la tablette. Il suffit simplement de télécharger l'application et de la paramétrer avec le contrat monétique fourni par sa banque.

Principaux objectifs de l'innovation

Cette innovation vise à :

- Equiper les commerçants, sans coût matériel supplémentaire, d'une solution d'encaissement digitale.
- Faciliter les gestes barrières liés au paiement en diffusant largement des solutions d'acceptation sans contact.
- Donner aux commerçants un moyen de fidéliser leur clientèle, sans aucune modification à apporter sur sa caisse, TPE et sans aucun frais additionnel.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

Le commerçant peut encaisser avec SON smartphone ou SA tablette, il n'a pas besoin d'autre matériel (coût, délais livraison, panne...) pour encaisser. Il peut encaisser dès lors qu'il a son contrat d'acceptation. Il peut encaisser partout où il va. En cas de dysfonctionnement de son TPE standard, il a une solution de secours à disposition immédiatement.

Caractère Innovant / points forts

- **Mobilité :** le commerçant peut encaisser où il le souhaite avec son smartphone ou sa tablette.
- **Sécurité :** les technologies sans contact et la possibilité de saisir le PIN sur le smartphone permettent d'avoir une transaction EMV de proximité à l'identique d'une transaction réalisée lors d'une insertion carte dans un TPE classique avec la saisie du code confidentiel (par rapport à des solutions de type e-commerce sur smartphone) Solution certifiée par VISA et MASTERCARD.
- **Coût optimisé :** la solution étant 100% logicielle, son coût est plus réduit que les solutions comportant un matériel spécifique

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

La solution n'est pas encore commercialisée. Elle est en cours d'expérimentation avec plusieurs clients du Crédit Agricole Languedoc.

Paris Retail Awards #DATA

Lauréat du prix Data

Nostress par Zeeegs

Nom de l'innovation : Nostress

Date de création / lancement : 13/05/2020

Résumé de l'innovation

Nostress, coach digital des retailer, a créé un module magasin, dont l'intelligence, Kathy, est le Waze de leurs objectifs de CA. Kathy, analyse toutes les ventes du réseau magasin et coache chacun en temps réel pour l'amener à réaliser son objectif quotidien de CA. Elle lui indique sa performance mais surtout lui donne des conseils personnalisés pour améliorer son CA de fin de journée en se basant sur les pratiques les plus rentables qu'elle détecte dans les magasins comparables qui réussissent.

Principaux objectifs de l'innovation

Permettre aux magasins d'être accompagnés individuellement et toujours leur donner des conseils et solutions pour réussir. Libérer du temps à son équipe dirigeante (DR) pour ne se consacrer qu'aux magasins qui ont besoin d'une assistance plus forte en comprenant instantanément ce qu'il se passe dans un magasin et sa dynamique (positive comme négative) avant et après. Révolutionner la vie du magasin comme Waze a pu révolutionner celle du conducteur pour arriver à destination de son CA.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

Comprendre sa performance, identifier ses limites et ses blocages et trouver des solutions pour les dépasser sans aucune formation data dans un cadre ludique. Le directeur magasin peut ainsi plus facilement s'absenter en sachant que ses équipes seront coachées en permanence. Plus aucun magasin, ni partenaire local ou international ne se sentira seul sans conseil sur les bonnes pratiques. Le magasin peut également avec des analyses historiques identifier des pb plus structurants et récurrents.

Caractère Innovant / points forts

Cette solution permet aux magasins d'utiliser la data la plus complexe et la plus avancée en permanence s'en en avoir conscience et ne se focalise que sur ses objectifs et moyens de les atteindre voir de les dépasser . Elle allie l'ergonomie, la connaissance métier et le digital. L'ensemble des informations sont personnalisées, l'objectif de CA est décomposé automatiquement en clients et valeur de panier à partir de ses données historiques et des tendances observées pour le magasin. Les magasins auxquels il est comparé sont recalculés dynamiquement en fonction de la typologie du magasin (concept, surface,...), des typologies d'offre à disposition (produit disponibles, promotions autorisées, ...) et du contexte externe (ex : météo). Les conseils sont pertinents et dynamiques car 1) ils sont basées à partir de constat réels dans des magasins en réussites et 2) chaque conseil est valorisé pour que le magasin ne consacre du temps que là oui il peut avoir des gains dans le temps restant.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

La solution est déployées sur les magasins DCM Jennyfer et Celio (environ 1000 magasins France ET inter). Le taux d'utilisation est très fort (95% d'utilisation quotidienne > 20 fois par jour par magasin) avec juste une formation par Visio de 2 heures de mobilisation. Déployée depuis mai le COVID ne permet pas d'avoir un retour chiffré de ses apports en gain qui soit fiable et indéniable donc nous ne préférons pas en communiquer avant la fin de l'année 2021.

Paris Retail Awards #OMNICANAL

Lauréat du prix Omnicanal

KeyneoPOS par Keyneosoft

Nom de l'innovation : KeyneoPOS

Date de création / lancement : 02/04/2021

Résumé de l'innovation

Keyneosoft lance KeyneoPOS, La solution d'encaissement nativement omnicanale et mobile. Au-delà des fonctionnalités d'une caisse avancée (achat multimodal, moteur d'opérations commerciales, clienteling...), elle intègre en standard le commerce omnicanal : extension de gamme, ship from store, e-réservation, click&collect, prise de rendez-vous, panier et client persistant... Elle propose une interface one-touch, mobile first sur du matériel nouvelle génération (Pax,Zebra,Unitech...).

Principaux objectifs de l'innovation

Cette solution innovante révolutionne l'encaissement :

- Facilite les parcours clients omnicanaux
- Agrège dans un seul outil l'ensemble des solutions magasins
- Réduit les coûts d'encaissement
- Accélère l'encaissement (encaissement mobile, queue boosting)
- Permet aux magasins de jouer un nouveau rôle dans le commerce omnicanal
- Une étape clé vers un magasin sans caisse

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

Pour le vendeur :

- Accéder facilement et avec un seul logiciel à l'ensemble des informations clients, CRM, produits, commandes.
- Il peut encaisser en mobilité
- Il peut gérer des tâches omnicanales : préparer et organiser les retraits de commandes, préparer une livraison, accueillir les clients

Pour le client :

- Son parcours magasin/web, web/magasin est simplifié et sans coutures
- Il n'attend pas en caisse
- Il est renseigné rapidement et efficacement par le vendeur

Caractère Innovant / points forts

Solution développée en Flutter et disponible sur IOS Android et Windows, offre des parcours sans coutures et omnicanaux tels que :

- Extension de gamme (commande sur stock des magasins alentours, stocks e-commerce, autres)
- Ship from Store
- Préparation et du retrait des commandes click & collect et E-résa
- Gestion des rendez-vous en magasin pour différents services (retrait de commandes, personal shopping...)
- Panier persistant web (retrouver le panier/ wishlist d'un client web en magasin)
- Clienteling (CRM, fidélité)

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client : Nous annonçons officiellement la solution KeyneoPOS au marché sur Paris Retail Week. cette solution est déjà en production pour l'encaissement mobile ou omnicanal chez Marionnaud, Eléphant Bleu, PicWicToys, Sainthimat, Devred...

Paris Retail Awards #MARKETPLACES

Lauréat du prix Marketplace

Second par Cocolabs

Nom de l'innovation : Second

Date de création : 01/09/2020

Résumé de l'innovation

Second est un écosystème permettant la vente de services en ligne. Il est composé de multiples briques permettant la mise en relation et transaction de prestations de service : de la vente de séance à un moment précis, à la nuitée géolocalisée, à la prestation à un prix fixe, au devis sur-mesure ou encore à l'appel d'offre. Les modules s'imbriquent facilement à d'autres environnements IT, tels qu'un site e-commerce, une marketplace de produits ou des outils de gestion.

Principaux objectifs de l'innovation

Permettre aux entreprises de service de digitaliser leurs métiers et aux e-commerçants traditionnels d'ajouter une offre servicielle à leur catalogue.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final :

L'utilisateur final a désormais accès en ligne à une offre de services qu'il devait historiquement commander offline, et bénéficie des avantages du modèle marketplace : tiers de confiance, suivi de la relation commerciale, choix élargi, prix compétitifs... Par exemple, notre client Pagine Gialle (Pages Jaunes Italiennes) offre un accès direct aux prestations de ses 70 000 prestataires de services à domiciles.

Caractère Innovant / points forts

- 5 années de R&D sur 200 marketplaces de services lancées
- 5 funnels de réservations adaptés aux métiers de services
- Fonctionnalités spécifiques aux services: gestion des disponibilités calendaires et géographiques, yield management, algorithme d'IA de recherche de prestataires, workflows de paiements et d'annulations, etc.
- Briques technologiques à connecter à d'autres environnements IT, tels qu'un site e-commerce, une marketplace de produits ou des outils de gestion

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

Nous avons lancé 12 marketplaces utilisant cette technologie depuis Septembre 2020 :

France : Allianz Partners, Thalès, GS1, EDF, Suez, Permalia, TurningPoint, Oceandrive / Angleterre : Tide, Fairbnb / Italie : ItaliaOnline / US : WeSell

Allianz Partners a gagné plusieurs appel d'offre grâce à son parcours digital d'accès aux services d'assistance. Tide comme ItaliaOnline prévoient cette année le lancement d'autres plateformes et parcours digitaux pour digitaliser la vente de prestations de service.

Paris Retail Awards #ROOKIE OF THE YEAR

Lauréat du prix Rookie of the year

Reuse Management System par Lizee

Nom de l'innovation : Reuse Management System

Date de création : 13/01/2021

Résumé de l'innovation

La solution SaaS de Lizee, Reuse Management System, basée sur les données, combinée à notre réseau de partenaires de logistique inverse, permet aux marques et aux détaillants de gérer l'ensemble du cycle de location à l'aide d'une solution unique, de la gestion des locations en magasin et en ligne à l'expédition, aux retours, à la remise à neuf et à la revente.

Principaux objectifs de l'innovation

Grâce à notre solution de location basée sur les données Lizee les marques à prolonger la durée de vie de leur produits, réduire la production de nouveaux produits sur certaines catégories, minimiser leur impact environnemental par rapport à la vente (CO2 et de l'eau). En aidant les marques à maximiser la réutilisation des produits, Lizee pour mission de rendre le commerce de détail plus durable et de réduire de moitié la production de nouveaux produits dans le monde.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

- Engager dans un nouveau mode de consommation plus durable: la location, un nouveau mode d'achat !
- Répond aux attentes de plus en plus écologiques des consommateurs
- Accès à des produits de meilleurs qualités pour un moindre coût
- Tester de nouveaux produits
- Pas d'encombrement

Caractère Innovant / points forts

Par rapport à nos concurrents, la solution Lizee est plus flexible car elle n'est pas basée uniquement sur l'abonnement et offre la possibilité d'étendre réellement le service de location, et pas seulement de le piloter. Notre principal atout est notre logiciel back-end (RMS) qui permet de maximiser la rentabilité de la location. Nous attribuons à chaque produit un identifiant unique et collectons et traitons des données sur la qualité des produits, le retour sur investissement du service et des produits individuels, l'impact environnemental, les actions de remise en état, les suggestions d'éco-conception, etc.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

Oui, nous avons déjà signé une quinzaine de marques leaders : Decathlon, Vf Corp, Adidas, Maje, Kiabi, Delsey.... Nous couvrons plus de 25 pays et nous sommes gagnant de 2 challenges :

- * Start me up challenge 2020 par KPMG
- * Trophée innovation 2020 par Leclerc

Paris Retail Awards #COUP DE CŒUR DU JURY

Prix Coup de cœur du jury

Origami Marketplace par Comptoir du code

Nom de l'innovation : Origami Marketplace

Date de création / lancement : 01/06/2020

Résumé de l'innovation

Nous mettons en place chez les retailers et pure-players une plateforme de seconde main avec panier unifié. Cela permet au client de pouvoir effectuer des achats sur les différents canaux du retailer (magasin, drive, e-commerce) en profitant d'un seul et même panier. Cette innovation permet au retailer d'adresser le marché de la seconde main et l'économie circulaire en intégrant celui-ci dans ses processus existants. Ainsi, la seconde main devient un nouveau canal d'acquisition phygitale.

Principaux objectifs de l'innovation

La seconde main est un moyen pour les retailers de reprendre des parts de marchés à Leboncoin et Vinted ainsi que d'aller chercher de l'acquisition et la fidélisation des clients. In fine : une des logiques est la génération de trafic en magasin. Il y a également un avantage concurrentiel sur Vinted et Leboncoin avec les magasins ainsi qu'une réassurance dans la transaction.

Intérêt de l'innovation pour l'utilisateur final

Pour le vendeur :

- Une visibilité forte de son produit : e-commerce et magasins
- Quelque soit le scénario, le vendeur collectera un avoir et/ou commission

Pour l'acheteur :

- Des produits vérifiés donc garantie 100% qualité
- Une offre de seconde main
- Geste pour la planète

Pour le retailer :

- Génération de trafic en magasin et/ou sur son site principal
- Fidélisation des clients grâce aux avoirs / bons d'achats
- Engagement pour la planète
- Améliorez durablement son business

Caractère Innovant / points forts

KeyneoPOS, solution en mode SaaS, est architecturée autour d'un middleware La création d'un cercle vertueux , profitant à tout le monde : le vendeur, l'acheteur, le retailer et la planète. Notre proposition unique de valeur est le panier unifié entre les produits neufs et les produits seconde main.

Déjà commercialisé ? Premières retombées ? Exemple de client :

Notre solution est commercialisée. Nous avons déjà plusieurs clients, par exemple : Probikeshop, Recyclivre, 1001hobbies, Preppysport, Roxineclub...etc

Service de presse

Retrouvez le service de presse au Lounge Presse du salon, pavillon 7.2 :

- Mardi 28 septembre : 9h30 - 18h30
- Mercredi 29 septembre : 9h30 - 18h30
- Jeudi 30 septembre : 9h30 - 17h00

S'accréditer au salon Paris Retail Week

- Cliquez sur le lien suivant : <https://badge.parisretailweek.com/accueil.htm>
- Demandez votre badge presse

Mesures sanitaires

Paris Retail Week a pour ambition de continuer à favoriser les rencontres, les opportunités business et le partage des idées tout en vous accueillant en toute sécurité dans un environnement à la fois sain et serein.



Ensemble, protégeons-nous !



Port du masque
obligatoire



Désinfection des
mains obligatoire



Pass sanitaire
obligatoire
pour tous



Distanciation
physique & circulation
différenciée



Dématérialisation
des supports
privilégiée



Nettoyage
renforcé

Contact Médias



#ParisRetailWeek

www.parisretailweek.com

Pour toute demande de tournage/reportage/interview pendant le salon,
merci de contacter RPCA par mail.



Laurence Fauchet - 06 20 67 67 15

Barbara Mathiot - 06 25 33 31 70

Emmeline Jacob - 06 79 39 75 04

prw@rpca.fr