



> MARS 2018

SALON MARKETING POINT DE VENTE – 27- 29 MARS 2018

TAKTUS DÉVOILE SON PRESENTOIR CONNECTÉ BASÉ SUR LA RECONNAISSANCE D'OBJETS

Taktus imagine et réalise des expériences clients inédites basées sur les technologies tactiles et la reconnaissance d'objets. Soucieux de répondre aux marques cherchant une manière inédite de mettre en avant leurs produits, la startup vient de concevoir un présentoir connecté qui allie intelligence artificielle, machine learning et prédictif. Principale innovation : l'absence de puce RFID, NFC ou autre marqueur pouvant dénaturer le produit.

Pour cette première réalisation, Taktus a choisi l'univers de la cosmétique en développant un présentoir dédié à la parfumerie. Dès qu'une personne saisit un flacon de parfum, le présentoir déclenche informations et vidéos sur un écran tactile dédié, tout en enregistrant et analysant le nombre de fois où un produit a été manipulé. Simultanément, différentes caractéristiques de la personne sont identifiées afin de permettre à la marque de mieux cerner le profil des consommateurs intéressés par leurs produits en magasin.

UN ALGORITHME A BASE D'IA, DE PRÉDICTIF ET DE MACHINE LEARNING QUI REPRODUIT L'OEIL HUMAIN.

Le postulat de base était de ne pas dénaturer le produit choisi, de préserver le flacon de verre, sans puce RFID ou autre dispositif. Taktus a donc créé un algorithme qui reproduit le comportement de l'oeil humain. De ce fait, quel que soit l'endroit où le produit est reposé sur le présentoir, il est reconnu. L'agence s'est appuyée sur la technologie des réseaux de neurones, cette méthode qui cherche à reproduire le fonctionnement de l'esprit humain, mais avec la puissance d'un supercalculateur.

« Nous avons soumis à cet algorithme une multitude de produits à reconnaître, pris en photo sous différents angles, dans des conditions lumineuses différentes, avec des fonds différents. On a ensuite agrégé cela aux moteurs d'apprentissage Google et Microsoft autour de la reconnaissance d'objets. Au final, on a obtenu un algorithme capable de reconnaître n'importe quel produit confié par un client. » explique Alexandre Equoy, co-fondateur et CTO Taktus



UN DISPOSITIF CENTRÉ SUR L'USAGE

Sur le salon Marketing Point de Vente, le présentoir connecté prend donc la forme d'une PLV de parfumerie. Il suffira de saisir l'un des flacons de parfums pour qu'aussitôt l'écran tactile s'anime et affiche des informations en rapport avec ce produit : descriptif, conseils d'utilisation, vidéo... mais aussi affichage des produits complémentaires au parfum : lait pour le corps, savon, déodorant... il suffit de toucher l'écran du doigt pour recueillir les informations.

« Nous avons commencé par le plus difficile. Le verre est une matière qui réfléchit la lumière, tandis que les packagings des parfums sont souvent dans les mêmes univers couleurs. Difficile donc de distinguer un objet d'un autre. En étant désormais affranchis des contraintes techniques sur les bouteilles de parfum, nous sommes aujourd'hui capables de faire de la reconnaissance sur n'importe quel objet : chaussure, sac à main, bouteille de vin, cosmétique... Aujourd'hui, ce type de dispositifs n'existe pas en magasin, mais il y a un potentiel énorme en termes d'usage. » poursuit Alexandre Equoy.



> MARS 2018

UN DISPOSITIF PERMETTANT DE MIEUX CERNER LE PROFIL DES CLIENTS

Une seconde caméra capte un certain nombre de caractéristiques de la personne qui prend un flacon de parfum : tranche d'âge, sexe, cheveux longs ou courts, lunettes, barbe, maquillage sophistiqué ou naturel... Ces données, remontées sur une plateforme, sont ensuite transmises au retailer afin de l'aider à mieux cerner mieux le profil des personnes intéressées par son produit.

LES STARTUPS TAKTUS, KYLLI KIDS, V-CULT ET COLISWEB FONT VIVRE UNE DIGITAL STORE EXPERIENCE SUR LE SALON MPV.

Aux côtés de **Taktus**, trois autres startups seront présentes au salon Marketing Point de Vente. Leur promesse : vivre UNE Digital Store Experience à travers un parcours client permettant de se projeter dans un magasin digital. Espace enfant interactif, table et PLV intelligente pour mettre en avant les marques et leurs produits, réalité virtuelle, livraison en moins de 2 heures... **Rendez-vous au Stand H39.**

Kylli Kids, leader des jeux et espaces enfants interactifs pour les lieux fréquentés par les familles en France et à l'international (retail, restauration, centres commerciaux, aires d'autoroutes, ...). La société compte plus de 500 écrans déployés et des espaces enfants installés dans plus de 15 pays, plus de 10 ans d'expérience dans le digital et 150 jeux interactifs disponibles. Leurs références: E.Leclerc, Tape à L'Oeil, Kiabi, Ikea, Galeries Lafayette, Intermarché, Groupe Beaumanoir, Auchan, Courtepaille, Flunch...
www.kylli-kids.com



V-Cult, Experte du web 3D, de la VR et de l'AR depuis sa création en 2009, **V-Cult crée des solutions immersives collaboratives et multi-plateformes pour sublimer le parcours client, en magasin et sur le web.** L'entreprise accompagne les retailers du design de leurs magasins à la création d'outils d'aide à la vente, en passant par la formation des collaborateurs. V-Cult développe également une solution SaaS de création de scénarios VR collaboratifs sur le web et dont la version bêta sera publiée à l'été 2018. <http://www.v-cult.com>

Colisweb, Créée en 2014 à Lille par Rémi Lengaigne,

- Colisweb livre petits colis et gros colis des clients de ses partenaires de la distribution et du e-commerce,
- en moins de 2 heures et sur rendez-vous via un réseau de transporteurs professionnels
- dans 22 grandes agglomérations françaises et +1.500 codes postaux.

A PROPOS DE TAKTUS

Créée en 2012, installée au sein d'Euratechnologies (Lille), premier accélérateur de startups de France, Taktus imagine et réalise des expériences clients inédites basées sur les technologies tactiles et la reconnaissance d'objets. Créateur d'expériences digitales et émotionnelles, les innovations conçues et réalisées par Taktus ont pour objectif d'augmenter le trafic dans les points de vente mais aussi de mettre en avant les produits et les marques. A la clé, la création d'expériences clients émotionnelles ainsi qu'une approche interactive et originale en termes de digitalisation du point de vente. Travaillant dans les secteurs du retail, de l'automobile, de la promotion immobilière ou encore de l'événementiel, Taktus collabore notamment avec Peugeot, Citroën, DS, Suzuki, Leroy Merlin, Nacarat...

CONTACT PRESSE

Presse & Cie | Laetitia Munoz | Tél. 06 20 49 90 39 | lmunoz@presse-cie.com