

# Leroy Merlin, Intermarché... Les 4 infos corpo à retenir cette semaine

*Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. En ce moment, des startups les accompagnent pour lancer de nouvelles offres. Mis à l'honneur : Leroy Merlin, Intermarché, Castorama et TotalEnergies.*

Temps de lecture : minute

---

29 octobre 2021

## Leroy Merlin mise sur le live shopping avec Caast TV

Leroy Merlin organise chaque mois d'octobre l'un de ses temps forts commerciaux, la Fête des projets. Mélangeant animations en magasin, promotions et offres à petits prix, cette opération a vocation à permettre à chacun, bricoleurs débutants et chevronnés, de réaliser ses travaux. Pour faire connaître l'initiative plus largement, Leroy Merlin fait appel à [Caast TV](#) pour mettre en place un dispositif de live shopping. Ce nouveau canal de vente permet à des marques et enseignes de présenter et vendre un produit à travers la démonstration qu'en fait, en direct et en vidéo, un expert - influenceur, collaborateur, client, etc. Comme en magasin, le visiteur peut poser ses questions et inspecter le produit sous toutes ses coutures. Il peut ensuite l'ajouter en un clic à son panier. Si l'enseigne a déjà eu l'occasion de collaborer avec la startup, il s'agit de la première fois qu'elle met en place un dispositif de cette envergure. Dix directs seront visionnables depuis son site jusqu'au 2 novembre.

# Intermarché adopte les paniers intelligents de Mo-ka

Intermarché, l'enseigne de grande distribution du groupe Les Mousquetaires, fait appel à Mo-ka pour inaugurer "*le premier magasin au monde*" équipé de paniers intelligents. Cet objet, dont le poids est égal à son pendant non-intelligent, repose sur un stand de charge à l'entrée du magasin. Lorsqu'un client s'en saisit, il démarre automatiquement et chaque produit déposé dedans est capturé par les caméras intégrées dans l'anse, puis identifié au fil des achats par les algorithmes de reconnaissance de la startup. Grâce à un système combinant traitement d'image et intelligence artificielle, l'emballage et l'apparence du produit remplacent le code-barre. Les serveurs, installés au sein du magasin partenaire, communiquent en Wi-Fi avec les paniers. Le client dispose alors de deux solutions de paiements : l'application de paiement dématérialisé ou le paiement en caisse instantanée. Le premier établissement concerné par l'alliance se trouve dans le 20<sup>e</sup> arrondissement de Paris et référence 1 300 articles. Un déploiement national sera considéré d'ici à fin 2021.



Startups, voici comment partir du bon pied avec un grand compte

## Castorama soigne sa relation client avec Alida

Castorama retient Alida dans le but de renforcer sa culture client. L'enseigne de bricolage s'appuiera sur sa communauté Casto&Vous pour co-construire avec les consommateurs ses décisions stratégiques et opérationnelles. La startup, experte dans le recueil d'insights clients, mettra à disposition sa plateforme de customer experience management pour faire remonter les avis des clients. Un outil qui permettra à Castorama d'accélérer sa transition numérique et de développer de nouveaux formats, sur la base des besoins de ses clients. Son objectif est aussi d'anticiper les freins à chaque étape du parcours d'achat. Les clients sont invités à partager leurs attentes concernant la maison, le bricolage ou la décoration. Ils ont accès à un hub pour découvrir et partager du contenu exclusif. De quoi favoriser, à en croire les partenaires, la proximité entre la marque et ses clients. *"Être à l'écoute de ces derniers est indispensable pour permettre à une entreprise telle que la nôtre de se développer et de rester compétitive sur le marché"* , a estimé dans un communiqué Céline Zuliani, responsable expérience client à la direction marketing digital client de Castorama.

## TotalEnergies et Ombrea créent une solution agrivoltaïque

TotalEnergies s'allie à Ombrea pour porter une solution agrivoltaïque permettant de pallier les aléas climatiques et préserver les cultures des phénomènes météorologiques de forte intensité. La solution de la startup, qui est brevetée et permet de créer un microclimat, est complétée par

des panneaux solaires coulissants motorisés du producteur d'énergies. Le système affiche, selon les partenaires, une très bonne efficacité agronomique, avec une augmentation de 17 % des rendements agricoles et une réduction de 30 % des besoins en eau. Les panneaux photovoltaïques fournis par TotalEnergies font office de panneaux occultants. L'énergie verte générée permet, selon le groupe, de couvrir l'investissement et de ne pas répercuter le coût sur l'agriculteur. Le groupe coté au CAC40 affirme "*assurer le développement et la construction des projets*". Les partenaires visent un déploiement plus large de ces solutions d'agrivoltaïsme dynamique sur les territoires sujets aux aléas climatiques, ainsi que l'extension du périmètre des cultures ciblées par ces dernières.

---

Article écrit par Maddyness