

NRF 2024 : 4 entreprises françaises qui veulent repenser le retail

Événement majeur du secteur du retail, le NRF Retail Big Show a accueilli cette semaine plusieurs dizaines d'entreprises françaises. Maddyness vous présente sa sélection de startups à suivre pour 2024.

Temps de lecture : minute

17 janvier 2024

Réunissant plus de 1 000 exposants et plus de 170 experts intervenants, le NRF Retail's Big Show est un des événements incontournables du retail. Tourné vers l'innovation, il se tenait à New York du 14 au 16 janvier. Plus de 100 solutions innovantes y ont été présentées et les participants ont pu y découvrir des espaces dédiés aux nouvelles technologies comme le NRF Innovation Lab et le Startup Hub. Ils étaient aussi invités à rencontrer les acteurs majeurs du retail, à s'inspirer des dernières innovations et à participer à des événements de réseautage, comme la soirée d'inauguration organisée à Times Square.

Parmi toutes les entreprises françaises présentes, 42 startups spécialisées dans des domaines tels que la supply chain, le marketing et l'expérience utilisateur ont été emmenées par Business France et la French Tech pour représenter l'écosystème entrepreneurial français. En complément, le pavillon français de la French Tech organisera cette année une mission exploratoire prévue à NRF Singapour afin de favoriser l'implantation des startups françaises sur le marché asiatique.

« Cela fait maintenant 8 ans que nous sommes présents au NRF Retail Big

Show. Lors de la première édition, nous n'avions emmené que 7 startups. Aujourd'hui, elles sont 42 ! », précise Patricia Ballum, cheffe de projet Pavillon France chez Business France. « *Le NRF est un élément de notre stratégie d'internationalisation et bénéficie du soutien de Business France afin de permettre aux startups de mieux cibler les marchés mexicain, brésilien et nord-américain.* » Maddyness vous propose sa sélection de 4 startups et scale-up françaises présentes au salon de la NRF 2024 :

Verteego : Fondée par Rupert Schiessl, lauréate du prix de la meilleure startup française de la catégorie « Efficiency » lors de la NRF French et soutenue par la French Tech, Verteego est présente depuis 4 ans au NRF Retail Big Show. En effet, bien que la jeune pousse ne réalise pas encore de ventes aux États-Unis, certains de ses clients, comme Europcar, déploient déjà leur solution sur ce territoire. La startup, qui a doublé son chiffre d'affaires depuis l'année dernière, propose une solution de simulation de décisions économiques des entreprises : l'IA de Verteego analyse les données en temps réel et génère des recommandations pour optimiser la supply chain, booster les campagnes marketing et rationaliser la logistique. La plateforme est configurable dans tous les aspects du processus de décision, y compris le data input, le modèle de prévision et d'optimisation, ainsi que la visualisation des résultats.

« Nous avons maintenant plusieurs clients qui réalisent des opérations aux Etats-Unis. Nous développons donc le marché américain via le marché français », affirme Rupert Schiessl, fondateur de Verteego. « *Mais notre objectif premier à la NRF c'est de rencontrer des clients français. En effet, les décisionnaires qu'on n'arrive pas à voir en France se déplacent à New York pour la NRF.* »

Ekoo : Cofondée par Emilie Brossier Bruneau et Johann Desjardins, Ekoo a été nommée lauréate du prix de la meilleure startup française de la catégorie « Expérience Client » lors de la NRF French Party. Soutenue par la French Tech, Ekoo propose une plateforme qui permet aux marques et

aux créateurs de parler de leurs produits sous forme de capsules audio de 30 à 45 secondes. Sa solution donne la parole à ceux qui connaissent le mieux les produits : les équipes et leurs créateurs. Leur solution sera bientôt déployée avec Blédina dans le cadre des Parents Ambassadeurs.

« Dans une librairie, quand le libraire n'est pas disponible pour nous aider à choisir, c'est frustrant : on se retrouve seul face à la quatrième de couverture », rappelle Emilie Brossier Bruneau. *« Ekoo est un outil qui permet de générer de l'inspiration pour les passionnés de lecture. Même si le libraire n'est pas là, il peut continuer de murmurer à l'oreille de sa clientèle. »*

Yoobic : Fondée par Fabrice Haiat, Yoobic utilise l'intelligence artificielle pour améliorer l'efficacité opérationnelle dans le retail, en particulier par le déploiement de chatbots pour assister le personnel en magasin. Cette approche a permis à Yoobic de réduire la charge de gestion pour les managers et d'améliorer l'accès à l'information pour les vendeurs. Orientée très tôt vers les marchés internationaux, Yoobic a réussi son expansion en Europe puis a percé le marché américain après une réorientation stratégique de son marketing.

Akeneo : Akeneo développe une solution innovante dans le domaine de la gestion de données produits. D'abord conçue pour optimiser les bases de données, leur technologie a rapidement été adoptée par des acteurs comme Rexel pour affiner leur offre durant la crise sanitaire. La fusion avec Unifai a abouti à une plateforme unifiée des deux structures, permettant à la startup de se spécialiser davantage dans l'intégration, le nettoyage et la gestion de données, notamment dans l'e-commerce.

« Nous, ce que nous vendons, c'est un product cloud, un customer cloud », affirme Jesse Créange, cofondateur d'Unifai (aujourd'hui Akeneo). *« La vision d'Akeneo c'est de fournir l'ensemble des solutions que nous utilisons pour intégrer, nettoyer, et gérer les données. »*



À lire aussi
NRF 2024 : quelle place pour l'IA dans le retail ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Emilie Pierre-Desmonde et Guillaume Cossu