



— CONNECT TO LUXURY —

DÉCOUVREZ L'ADN DIGITAL DU LUXE...

DOSSIER DE PRESSE

29 JUIN 2016

Contact Presse : Maryvonne LANTERI

mlanteri@idice.mc



SOMMAIRE

INFORMATIONS PRATIQUES	p.3
EDITO	p.5
PROGRAMME	p.6
TOP SPEAKERS	p.9
PARTENAIRES	p.12
INFORMATIONS EXPOSANTS	p.13



IDICE est organisateur de salons et événements professionnels : LUXE PACK Monaco, LUXE PACK New York, LUXE PACK Shanghai, PACK & GIFT, FIP solution plastique® et 3D PRINT.

IDICE fait partie du groupe INFOPRO Digital, groupe leader d'information et de services professionnels (2400 collaborateurs, 300 M€ de CA) couvrant plusieurs univers clés de l'économie : le BTP, l'automobile, l'industrie, l'assurance et la finance, la distribution, le tourisme et les collectivités locales.

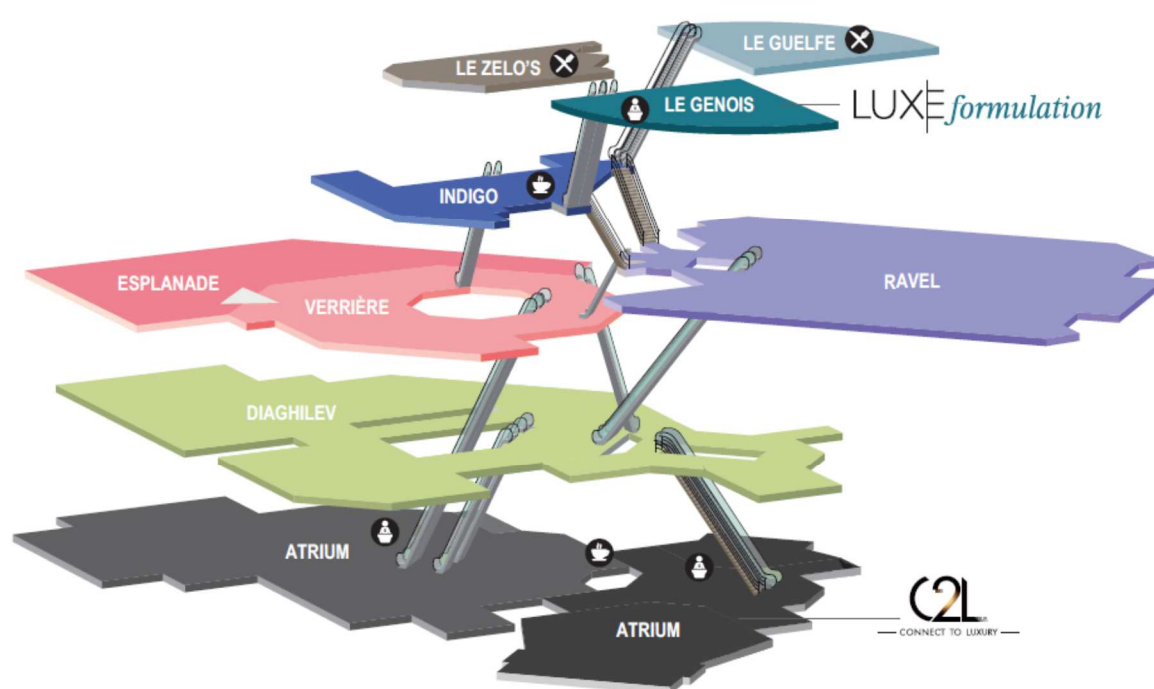


INFORMATIONS PRATIQUES

Dates	du mercredi 21 au vendredi 23 Septembre 2016
Horaires	Mercredi et jeudi de 9h00 à 18h00 – 17h00 le vendredi
Lieu	Grimaldi Forum - 10, avenue Princesse Grace - Monaco
Accréditation Presse	Demande accréditation sur www.c2l-congress.com/Presse
Centre de Presse :	Salle Auric - Hall Atrium niveau -2 <u>Réservé uniquement aux journalistes accrédités</u> (hors équipes marketing et commerciales) ; mise à disposition de documents de presse salon et exposants, accès internet,...
Conférences	<u>L'accès aux conférences se fera uniquement sur</u>
le 21 septembre	<u>pré- inscription (sur www.c2l-congress.com).</u>
Visiteurs	Tous les visiteurs LUXE PACK peuvent visiter l'espace C2L
Informations	+ 377 97 77 85 60 – info@idice.mc
Contact Presse	Maryvonne Lanteri – mlanteri@idice.mc – 06.73.67.17.91
Sites	www.c2l-congress.com



Les espaces LUXE PACK MONACO 2016





CONNECT TO LUXURY : Enfin un évènement dédié à la transformation digitale des industries du luxe !

Comprendre les enjeux de l'innovation et des nouvelles technologies sur la société, le comportement des consommateurs et aider les marques de luxe à construire la prochaine étape de leur aventure industrielle : telle est la mission de C2L.

Les décideurs pourront venir à la rencontre d'experts passionnés et passionnants, leaders d'opinion, entrepreneurs ou agitateurs d'idées, et nourrir leurs réflexions sur la transformation digitale qui impacte aujourd'hui profondément leurs business modèles.

Ces 3 journées ont été conçues pour :

- saisir les enjeux stratégiques
- anticiper les évolutions du branding à l'ère du digital
- identifier les nouveaux usages
- découvrir des technologies rupturistes

Ainsi sur C2L, sont proposés aux décideurs des marques de luxe :

- Un espace exposition avec les sociétés référentes de la transformation digitale et
- Une journée de conférences* le mercredi 21 septembre avec les experts du secteur.

* gratuit – sur inscription préalable sur www.c2l-congress.com

Les conférences auront lieu en salle de conférences C2L, Hall Atrium – Niveau -2.

LE PROGRAMME DE CONFÉRENCES

Salle de conférences C2L - Hall Atrium

MERCREDI 21 SEPTEMBRE

9h00 - 10h00

PETIT-DÉJEUNER NETWORKING

10h00 - 10h20



INTRODUCTION

Guy MAMOU-MANI, Co-Président d'OPEN, Président du SYNTEC NUMERIQUE, Membre du Conseil National du Numérique

« Se transformer ou disparaître ». Nous sommes entrés dans un nouveau monde... Un monde dans lequel tous les codes changent : temps, distance, propriété, emploi... La question n'est plus de savoir s'il faut résister à ce changement mais comment l'accompagner. Comment le secteur du luxe peut-il saisir les opportunités de la transformation digitale ?

10h20 - 10h40



CONFÉRENCE D'OUVERTURE : XXI^{ÈME} SIÈCLE, LE LUXE GÉNÉTIQUEMENT MODIFIÉ ?

Carmen TURKI-KERVILLA, Spécialiste des marques et Auteure de « Le Luxe et les nouvelles technologies »

Le luxe est pionnier par essence, traversé par la vision singulière d'un créateur, toujours en quête d'une technicité d'excellence. Dans ce cas, pourquoi la révolution digitale est-elle sans précédent pour le luxe ? L'ADN du luxe est-il irrévocablement entré en mutation ? Offre, communication, relation client, packaging, distribution, expérience... Quelles sont les perspectives, les opportunités et les enjeux du luxe de demain ?

10h40 - 11h10



LE CHOC DIGITAL AU SEIN DES GRANDS NOMS DU LUXE - Regards croisés de trois Chief Digital Officers

Jules TRECCO, CDO de FAUCHON

Jean-Robert BELLANGER, CDO de TAG Heuer

Vivek BADRINATH, Directeur Général Adjoint, en charge du marketing, du digital, de la distribution et des systèmes d'information d'ACCOR

TAG Heuer, Fauchon, Accor font partie de ces marques prestigieuses qui inscrivent leur stratégie digitale dans leur stratégie globale, amorçant ainsi une nouvelle dynamique dans le plus grand respect de leur ADN.

Pour la première fois, venez échanger avec trois CDOs qui ont insufflé cette culture digitale au sein de l'entreprise, dépassant les limites de la technologie pour créer de nouveaux produits et investir de nouveaux business.

Une rencontre inédite !

11h10 - 11h50



DIGITALISATION DU RETAIL ET OMNICALITÉ : COMMENT RETROUVER UN NIVEAU D'EXCEPTION DANS L'EXPÉRIENCE CLIENT PROPOSÉE PAR LES MARQUES DE LUXE ?

Fabien RAMBAUD, Senior Manager Retail & Consumer chez STANWELL

Avec les témoignages de : Joël PLAT, Expert du Retail, ancien DG de Jardiland et des Opticiens Kryss, aujourd'hui Market Leader chez APPLE RETAIL

Michael O'GRADY, Senior Forecast Analyst chez FORRESTER

Maïva BLESSIS, Deputy Chief Officer de L'EXCEPTION.COM

Les marques de luxe n'ayant, d'une part, pas anticipé l'évolution des modes de consommation de leurs clients et étant, d'autre part, menacées par les innovations pour l'expérience client de marques moins haut de gamme, s'activent désormais à accélérer leur transformation digitale. Il ne s'agit pourtant pas de copier/coller, c'est toute l'interaction avec le client qui est à réinventer. Quelles sont les attentes spécifiques et les principales évolutions de consommation des clients du luxe ? Comment proposer une expérience client omnicanale et sans couture ? Comment développer la complémentarité entre le online et les boutiques ?

11h50 - 12h30



E-RÉPUTATION : ENFER OU PARADIS POUR LES MARQUES DE L'UNIVERS DU LUXE

Franck PERRIER, Formateur et CEO de IDAQS/LA DIGITAL ACADEMY

Aujourd'hui, 90 % des marques de luxe sont inscrites sur au moins un réseau social. Décomplexées, les grandes maisons placent le digital au cœur de leur stratégie. Pourtant, le risque d'écorner leur image existe. En écrivant « L'enfer, c'est les autres... », Jean-Paul Sartre était prophétique. Entre le luxe, synonyme de rareté, et le digital, symbole d'abondance, l'alliance est loin d'être évidente. A travers des exemples dans et hors du secteur du luxe, nous échangerons sur les risques, les opportunités, les bonnes pratiques et l'apport de la data pour l'e-réputation.

12h30 - 14h00

PAUSE DÉJEUNER

14h00 - 15h00



RELEVER LE DÉFI DES OBJETS CONNECTÉS

Jean-Christophe LECOSSE, Fondateur de CONNECT WAVE, plateforme d'expérimentation et d'usages des objets connectés

Alors que nous évoluons vers un monde 100 % connecté, vous réinventez chaque jour un peu plus vos produits.

Concevoir un objet connecté pour le vendre : oui, mais pour quoi faire ?

De l'idée au projet, venez décrypter les enjeux de l'objet connecté : se différencier par l'innovation, développer de nouveaux services, améliorer ses process d'automatisation et de traçabilité, créer de nouveaux modèles économiques.

Comment identifier l'application, les facteurs clés, les technologies adaptées et l'objet à transformer.

Avec le témoignage d'acteurs du luxe ayant envisagé l'IoT comme un véritable potentiel de croissance et également des exemples de transposition d'applications provenant de secteurs voisins.

15h00 - 15h30



COMMENT UTILISER LA DATA ET OFFRIR UN SERVICE TOTALEMENT PERSONNALISÉ ALORS QUE L'ON EST DANS UNE LOGIQUE D'ARTISAN ?

Gilles BABINET, Digital Champion et Président du Conseil d'Administration de CAPTAIN DASH

Comment utiliser la data et offrir un service totalement personnalisé alors que l'on est dans une logique d'artisan ? C'est clairement une problématique qui est au cœur du monde du luxe. Certains grands groupes ont retardé leur digitalisation par peur de perdre leur âme. D'autres ont du mal à entrer dans l'ère de la digitalisation, alors que les low-costs montent en gamme en utilisant la donnée...

15h30 - 16h15



SÉANCE DE BRAINSTORMING COLLECTIF

Jean-Christophe BONIS, Fondateur et Directeur de la stratégie d'OKYMORE INC, cabinet de conseil en veille technologique

Créativité et innovation seront les maîtres mots de cette séance de brainstorming collective autour des nouvelles technologies dans le monde du luxe. Le jeu se fera par équipe et vous ferez plonger dans le monde des startups. Dynamique de groupe, gymnastique intellectuelle et insolence créative seront vos compagnons pour cette expérience très enrichissante qui vous fera, à coup sûr, évoluer hors des sentiers battus. Cap ou pas cap ?

16h15 - 16h45

PAUSE CAFÉ

16h45-17h30

5 INNOVATIONS TO WATCH

Et si vous partiez à la découverte des technologies qui vont changer votre métier et vous permettre de vous différencier sur votre secteur d'activité ?

Les applications ne manquent pas...

Une conférence d'un nouveau genre, véritable concentration des technologies disruptives, incubateur d'idées pour réinventer vos produits, votre marque...

Vivez votre premier « Innovation Benchmark » en moins de 60 minutes !

17h30 - 18h30



DIS SIRI, DESSINE-MOI LE FUTUR

Jean-Christophe BONIS, Fondateur et Directeur de la stratégie d'OKYMORE INC, cabinet de conseil en veille technologique

Digital, retail, intelligence artificielle, expérience shopping, marque... La journée aura été riche en réflexions autour des grands enjeux qui traversent le monde du luxe et du retail. Il est temps maintenant de prendre de la hauteur afin de mettre en musique l'ensemble de ces informations pour tracer les grandes perspectives du marché et dérouler le film de ces 20 prochaines années. Quels sont les grands enjeux pour les marques ? Quels défis technologiques nous attendent ? Quels seront leur impact sur le comportement du consommateur ?

**Conférences C2L gratuites sur inscription préalable,
avec votre badge d'accès au salon.**

Inscription et plus d'informations sur l'événement :
www.c2l-congress.com



QUELQUES TOP SPEAKERS

> JULES TRECCO, CDO FAUCHON

Insuffler à la centenaire PME Fauchon un esprit start-up : telle est la mission de Jules Trecco, Directeur Digital et Communication, qui a rejoint l'aventure en 2014.

Diplômé de l'ESCP, et après différentes expériences en stratégie digitale, il fonde son cabinet conseil qui met en relation grands groupes et start-ups.

En 2012, il crée sa propre start-up (Madeleinemarket.com), spécialisée dans la distribution d'épicerie fine en ligne. Puis, il rejoint le Comité exécutif de FAUCHON en 2014, en qualité de Chief Marketing, Communication & Digital Officer.

> JEAN-ROBERT BELLANGER, CDO TAG HEUER

Diplômé d'école de commerce et Master (ESC Toulouse & IPAG Paris), Jean-Robert BELLANGER a commencé sa carrière dans l'entertainment chez UNIVERSAL MUSIC puis dans le Digital chez VIVENDI NET en charge de la partie commerciale et marketing du site MP3.COM

Puis il a passé 4 ans au sein du pôle LAGARDERE MUSIC en tant que responsable des opérations spéciales cross media digital/tv/radio

Il rejoint l'aventure MYSPACE.COM au tout début de son lancement en Europe en tant que responsable opérations spéciales. Et participe au montage du bureau français de RED BULL en tant que Directeur Digital intervenant sur de nombreuses expertises de production de contenus cross plateformes / livestream (ayant notamment travaillé sur le projet Red Bull Stratos) / accompagnements des athlètes de haut niveau sur les réseaux sociaux / gestion du site redbull.fr / innovations connectées et produits etc

Après 7 ans chez Red Bull, il intègre TAG Heuer en tant que Directeur International Digital Marketing pour lancer la montre connectée et relancer le e-commerce, le CRM, les réseaux sociaux, le brand content et la gestion des plateformes produits.

> VIVEK BADRINATH, DGA EN CHARGE DU MARKETING, DU DIGITAL DE LA DISTRIBUTION ET DES SYSTEMES D'INFORMATION, ACCOR

Vivek Badrinath est diplômé de l'Ecole Polytechnique et de l'ENST.



Il a commencé sa carrière au sein du ministère français de l'industrie et possède une expérience de 20 ans dans le secteur des TIC.

Il a rejoint le groupe Orange en 1996, travaillant dans divers postes techniques, avant d'être nommé Directeur Général de Thomson en Inde en 2000. Après son retour à Orange en 2004, il devient Directeur Technique des activités mobiles, puis rejoint le Comité Exécutif du Groupe en 2009, à la tête des réseaux et opérateurs division.

Entre 2010 et 2013, il a dirigé Orange Business Services. En mai 2013, il a été nommé Directeur Général Adjoint en charge de l'Innovation, Marketing et Technologies.

En Mars 2014, Vivek a rejoint le Groupe Accor, leader international dans l'industrie de l'hôtel, comme Directeur Général Adjoint en charge de la commercialisation, la distribution, les ventes et les systèmes d'information. Son défi majeur dans cette nouvelle fonction est de réaliser le Plan numérique tout au long de ses différentes facettes, une étape essentielle pour la modernisation et le développement de l'industrie de l'hôtel.

> **GUY MAMOU-MANI**, CO-PRESIDENT, OPEN, PRESIDENT SYNTEC NUMERIQUE, MEMBRE DU CONSEIL NATIONAL DU NUMERIQUE

Guy Mamou-Mani co-préside avec Frédéric SEBAG Groupe Open qui compte 3500 personnes, réalise 282 millions d'euros de chiffre d'affaires et fait partie des premières Entreprises de Services du Numérique françaises.

Il a débuté sa carrière chez CSC-GO International où sa dernière fonction était Président-Directeur Général et Directeur du pôle solutions de CSC France. En 1995, il crée la filiale française de Manugistics, leader dans le domaine du Supply Chain Management et numéro un en Europe. Il y assure la direction générale et y exerce par ailleurs la fonction de Directeur Européen des Services et du Marketing jusqu'en 1998.

Guy Mamou-Mani préside depuis juin 2010 Syntec Numérique - Chambre professionnelle des métiers du numérique (éditeurs de logiciels, sociétés de conseil et de services informatique, et des sociétés de conseil en technologies).

Il est Vice-Président du CNNum (Conseil National du Numérique) et membre du HCEfh (Haut Comité à l'Egalité Femmes Hommes) depuis Février 2016.



> **JEAN-CHRISTOPHE BONIS**, FONDATEUR ET DIRECTEUR DE LA STRATEGIE D'OXYMORE Inc., CABINET DE VEILLE TECHNOLOGIQUE

Le futur est son métier mais pourtant son sac à dos l'accompagne partout à travers la planète ! Passionné de nouvelles technologies, Jean-Christophe Bonis est un aventurier des temps modernes. Conférencier, auteur, nomade, blogueur, coach, PhD candidate, éternel chasseur de projets innovants, voyageur infatigable... Jean-Christophe est un expert avisé qui parcourt le monde, pose sa tente, et prêche pour un nouveau monde orienté autour de l'usage du consommateur.

Spécialiste des nouvelles technologies depuis plus de 15 ans pour le compte de fonds d'investissement puis en tant que consultant, il consacre sa vie professionnelle à l'analyse des conséquences des nouvelles technologies sur le comportement des consommateurs et les implications stratégiques sur les organisations. Fondateur d'Oxymore Inc (cabinet de conseil en veille technologique), il en est aujourd'hui associé et à la tête de la recherche et de la stratégie.

En tant que futuriste, son implication chez les clients se fait par le prisme de l'Usage. Que ce soit au niveau de la création de produits, de la relation-client, de la digitalisation des entreprises ou de l'anticipation des ruptures technologiques, son regard unique accompagne les équipes dans des secteurs d'activités variés. Par ailleurs coach en créativité et innovation, Jean-Christophe conseille de grands groupes comme des startups, en France et à l'étranger. Il participe également à plusieurs programmes d'accélération et d'incubation d'entrepreneurs en tant que mentor en Europe, Russie et Asie. Show-man, ses conférences renverseront vos acquis et ouvriront vos perspectives. Ouragan garanti !



NOS PARTENAIRES AU 27 JUIN 2016

C2L a sélectionné une trentaine de sociétés leaders dans leur domaine, qui exposeront leur savoir-faire du 21 au 23 septembre prochain.

De grands groupes, des Pme, des start-ups, de nombreuses sociétés ont immédiatement confirmé leur présence à C2L.

Evoluant sur divers marchés et savoir-faire, ces partenaires se proposent d'informer et d'accompagner les marques de luxe dans leur approche digitale.

Vous trouverez ci-dessous, la liste des partenaires au 27 juin 2016 :

SOCIETES
ADESA
ALDEBARANDE (SARL)
APE ETIQUETTES
CADVISION
CONNECTWAVE
GALATEE 3D
GIP MIND
KURZ FRANCE
M'PACK
MARTINENQ ETS
MYPACK CONNECT
NANOLIKE
RC IMAGE
S2P - SMART PLASTICS PRODUCTS
SARALON GMBH
SELINKO
SIAM - SOLUTIONS DE COMMUNICATION DIGITALE
THE KORRIGAN'S
THINFILM ELECTRONICS INC.
TRACE CONNECT
VM FRANCE



Informations Exposants

● **SELINKO**

SELINKO® est une plateforme multi-services permettant aux marques de connecter leurs produits à l'Internet des Objets en plaçant sur chaque produit ou emballage une puce NFC sécurisée.

Cette technologie permet:

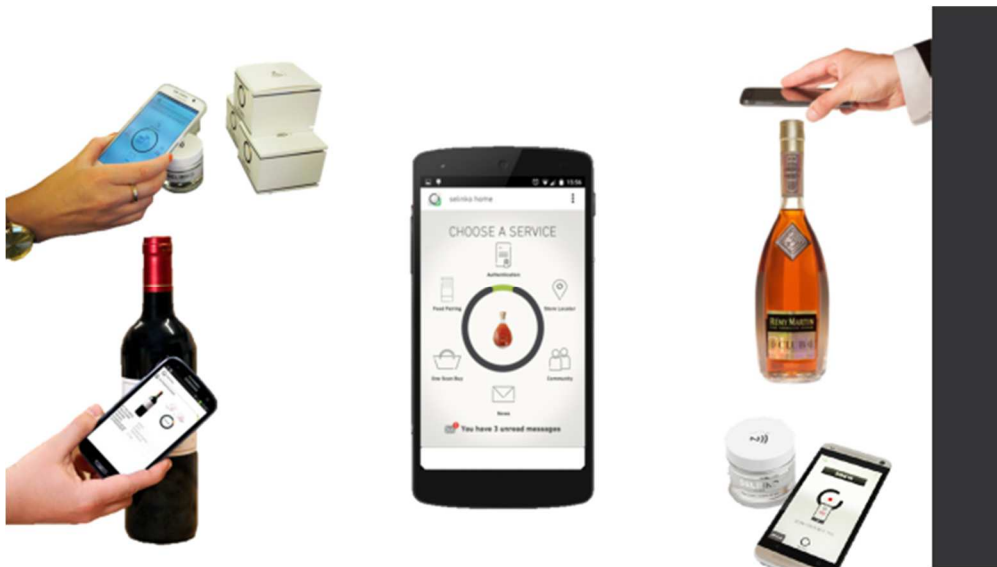
- l'authentification et la détection de marché gris,
- anti-contrefaçon,
- engagement et expérience consommateur,

□ Simple scan de l'objet avec un téléphone mobile NFC et après téléchargement de notre application gratuite.

En quoi consiste la solution Selinko ?

La solution Selinko combine à la fois :

- Une puce NFC d'un niveau de sécurité adapté au coût et à la durée de vie du produit, pouvant aller jusqu'à un niveau de sécurité bancaire.
- Une application mobile pouvant être customisée à l'image de la marque.
- Une série de services marketing pouvant être activés sur base du statut du produit ou de son emballage (ex : ouvert/pas ouvert) :
- ✓ Information produit : communiquer des données relevantes sur le produit, sa production ou encore son utilisation.
- ✓ News : possibilité de partager et cibler les dernières actualités de la marque auprès de ses consommateurs.
- ✓ Programme de fidélité : activation d'un programme de récompenses basé sur l'usage du produit (ex : à son ouverture)
- ✓ Communauté : transmettre sur les réseaux sociaux de façon instantanée son expérience avec le produit.
- ✓ Point de vente : référencement des points de vente les plus proches.
- ✓ One Scan Buy : possibilité de recommander le produit par simple scan.
- Une interface web sécurisée (Brand Manager) dédiée à chaque marque permettant de gérer l'ensemble de ses produits sur la plateforme de façon aisée et d'accéder, en temps réel, aux activités liées aux scans de ces derniers.



- **RC IMAGE**

RCI est spécialisé dans la gestion et la production des plans de communication de nombreuses maisons de luxe, sur un périmètre international.

Nous intervenons sur 3 axes :

- Communication en point de vente (POS)
- Presse magazine
- Digital

Notre rôle consiste à adapter les créations définies par les directions artistiques des Marques en garantissant la stricte conformité avec les chartes graphiques.

Notre particularité est d'associer 2 savoir faire complémentaires en interne :

- des équipes d'experts métier autour de chaque axe (POS / Presse / Digital), et notamment des métiers de l'image
- une équipe IT qui développe des outils technologiques spécifiques pour simplifier les étapes de déploiement des campagnes, fluidifier les productions, raccourcir les délais et optimiser les coûts

Nous disposons ainsi d'outils inédits sur le marché qui permettent d'augmenter la qualité des productions en garantissant une image de marque respectée dans le monde, quelque soit le média, et des économies conséquentes.

- **MIND**

Mind est une plateforme collaborative franco-suisse qui accompagne ses partenaires publics et privés, dans la conception et le développement de produits innovants par la maturation et l'intégration de nouvelles technologies de pointe en électronique.

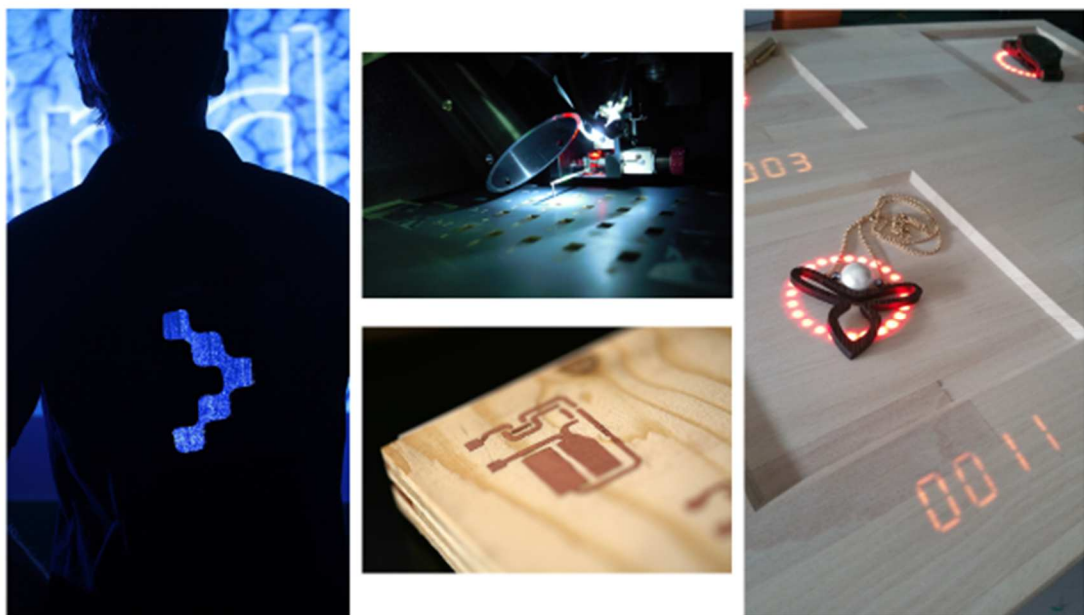
Objectif : se mettre au service de filières d'avenir et contribuer à leur développement.

La **qualité** perçue d'un produit provient pour majeure partie de nos sensations. Ainsi, optimiser la sensorialité d'un produit devient un atout considérable.

Les dernières recherches de Mind portent ainsi sur la synergie entre le bois et l'électronique, avec l'apport d'une nouvelle technologie totalement différenciante : **la woodtronique**. Avec son démonstrateur « **E-sense** », Mind propose une « expérience d'achat » inédite, faisant appel au ressenti du client, de l'utilisateur. Entre produit vivant et chaleureux, interactif et évolutif, le retour sur expérience est immédiat !

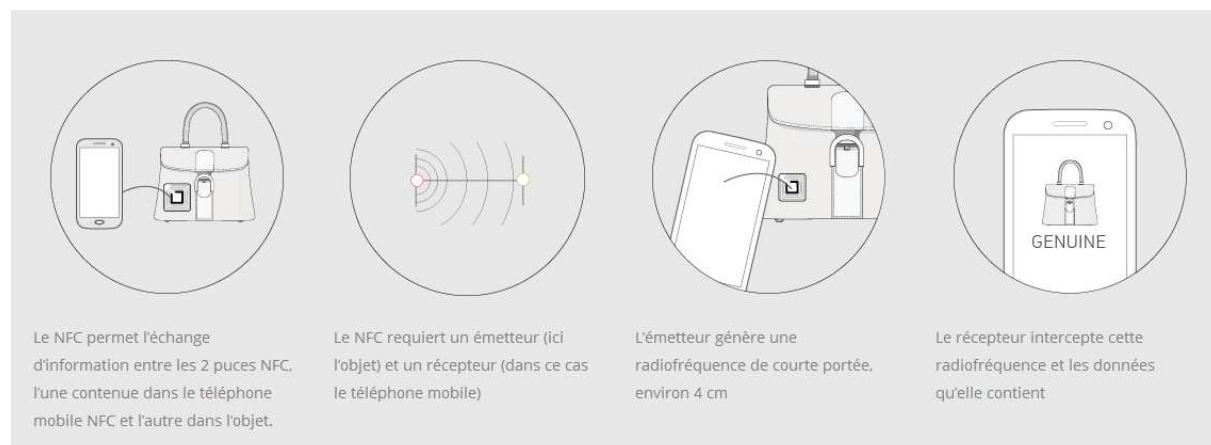
- MIND
- Mind est une plateforme collaborative franco-suisse qui accompagne ses clients publics et privés, dans la conception et le développement de produits innovants par la maturation et l'intégration de nouvelles technologies de pointe en électronique.
- En faisant interagir les mondes de la Recherche et de l'Industrie, Mind est en mesure de vous faire des propositions de valeur sur des « blocs sensoriels » technologiques, à fort enjeu disruptif. Ces développements en propre ou en collaboration, peuvent sous-tendre aussi bien **un luxe d'objets qu'un luxe d'expériences**.
- Mind souhaite ainsi mettre en avant, deux de ses collaborations actuelles :
- - avec le LGP2 (Laboratoire Génie des Procédés Papetiers), une Unité Mixte de Recherche du CNRS, avec qui nous sommes en mesure de co-développer des propositions technologiques à partir de matériaux atemporels comme le papier.
- - avec la société IXIADE, pour explorer les usages de ces propositions afin d'identifier, concevoir, tester, et développer des services et des produits innovants désirables.





• M PACK

NFC (Near Field Contact) est une technologie sans fil à très courte portée basée sur et similaire au RFID qui permet l'échange d'informations entre deux puces NFC tenues à quelques centimètres l'une de l'autre.





● TRACE CONNECT

- La première phase des objets connectés concernait des objets communicants, comme des balances ou des montres. TraceCONNECT adresse les milliards de produits passifs ! A partir d'une étiquette intelligente **QRCode**, **RFID**, **NFC**, TraceCONNECT identifie unitairement les produits et les connecte au web. Grâce à une contextualisation brevetée de la lecture du code (qui, quand, quoi, où, comment) ces nouveaux objets connectés offrent alors un ensemble de services : traçabilité, logistique, contrôle de marché, marketing, SAV, connaissance de ses clients.
- Prenons un exemple : les vins et spiritueux. TraceCONNECT connecte chaque bouteille de manière unitaire. Le produit devient son propre vecteur de communication digitale et de commerce, pour le bénéfice du producteur, du distributeur et bien entendu du consommateur !
- En complément de la contextualisation, TraceCONNECT maîtrise l'intégration de la technologie CSPS –Copy Sensitive Printing Stripe– qui permet via une application Smartphone de déterminer si une étiquette est une photocopie ou authentique.

● SARALON GMBH

- En intégrant des LEDs imprimées (de n'importe quelle couleur), batteries, circuits, détecteurs d'humidité, l'emballage peut fournir des informations supplémentaires, pour par exemple, éclairer le produit placé à l'intérieur. Le motif ou la position du détecteur peut être modifié facilement en fonction des souhaits du consommateur.

- En touchant le détecteur, les LEDs commencent à briller et le produit placé dans la boîte sera illuminé, et pourra alors apparaître comme un produit encore plus qualitatif aux yeux d'un client potentiel.
- Cet échantillon représente seulement une façon d'équiper les emballages dans le but de les rendre plus attractifs aux yeux des consommateurs.
- Bénéfices:
- Des options attractives pour le client peuvent être fournies par votre emballage: ex, affichage du logo, texte, photos
- Solution à prix bas



• NANOLIKE

Nanolike est une entreprise innovante spécialisée dans l'ingénierie des nanotechnologies.

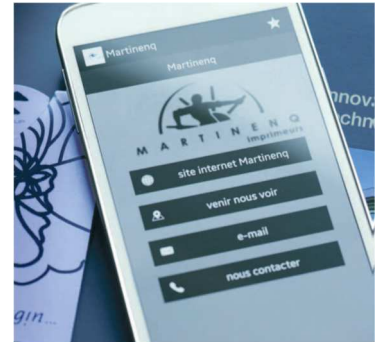
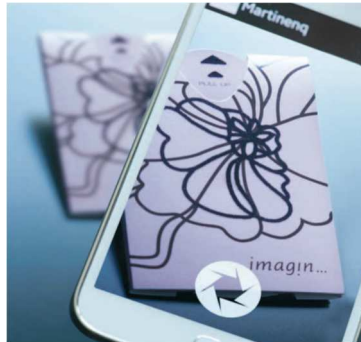
Nous développons notamment une nouvelle solution de marquage anti-contrefaçon, **le Nanoproof.**

Ne dénaturant pas le visuel du produit/packaging, alliant plusieurs niveaux de sécurité et étant facilement accessible en lecture, cette technologie est particulièrement adaptée aux **packagings et objets de luxe.**

• MARTINENQ

« Et si votre échantillon pouvait parler... »

- Dans un marché numérique omniprésent et devenu incontournable, Martinenq met à votre disposition un moyen simple de communication entre votre échantillon et vos clients.
- La solution Martinenq: **l'échantillon connecté**
- Grâce à cette nouvelle application, votre marque sera visible au bon moment, au bon endroit et pour le bon produit. Martinenq propose une application avec de multiples liens modifiables, des outils de fidélisation, sur différents formats, et ce, dans n'importe quelle langue.



• GALATEE 3D

GALATEE 3D propose des goodies sur lesquels sont imprimés des QR codes. Le QR code est un type de code-barres en deux dimensions. Le contenu du code peut être décodé rapidement après avoir été lu par un lecteur de code-barres, un téléphone mobile, un smartphone, ou encore une webcam. Son avantage est de pouvoir stocker des données directement reconnues par des applications, permettant ainsi de déclencher facilement des actions comme :

- naviguer vers un site internet
- montrer un point géographique sur une carte
- regarder une vidéo en ligne
- envoyer un courriel
- faire un paiement direct via son téléphone portable
- afficher une carte de visite virtuelle
- afficher un texte
- etc



• DIGITAL PACKAGING

MY PACK CONNECT®

- MYPACKCONNECT® révolutionne le rôle du packaging dans l'expérience consommateur. Cette innovation digitale permet aux annonceurs de transformer chaque emballage en plateforme mobile unique où la conversation avec le client est désormais possible.
- Grâce à l'application MYPACKCONNECT® disponible également en marque blanche et en module SDK intégrable à toute application déjà existante, le consommateur flash avec son smartphone l'emballage et accède ainsi à tout l'univers du produit et son contenu ciblé (vidéo de fabrication, tutoriels, flux d'actualités Facebook, site internet, etc.) Les possibilités d'engagement par la marque avec son consommateur et le réseau de ce dernier sont nombreuses.
- Mais la véritable révolution est de permettre au client de personnaliser son achat en enrichissant digitalement le packaging avec son propre contenu, et de le partager avec le(s) destinataire(s) du produit (vidéos de vœux, photos d'événements, musique, listes de contributeurs, etc.). La personnalisation peut se faire au travers de l'application mobile, en ligne (MYPACKONLINE®) ainsi que sur le point de vente (MYPACKINSTORE®).



MY PACK CONNECT® COPYRIGHT 2016 ©

• SIAM

Concepteur et fabricant de bornes digitales d'information, totems interactifs indoor et outdoor, SIAM développe et industrialise tout type de mobilier digital sur-mesure et propose une prestation personnalisée et globale clé en main. Grâce à son expertise, SIAM intègre dès la phase de développement des produits, toutes vos exigences dimensionnelles, techniques et esthétiques, notamment en termes de finition, de facilité d'entretien, d'exploitation des mobiliers, vous proposant ainsi une solution optimisée par rapport à votre cahier des charges.

