

Information presse

21 mai 2015

Où sont les promotions ? Pour guider le consommateur, Philips dévoile chez Carrefour son système de géolocalisation en intérieur basé sur la lumière LED

- *Première mondiale : le système d'éclairage LED connecté de Philips fonctionne tel un GPS en intérieur dont la précision est inférieure à un mètre.*
- *L'éclairage connecté transmet des informations aux smartphones via l'application Carrefour PROMO C-où afin de les guider vers les promotions de leur choix.*
- *Cette technologie révolutionnaire ne requiert aucune infrastructure additionnelle. Les LED permettent en outre à Carrefour de réaliser 50% d'économies d'énergie.*

Lille, France – Philips Lighting, leader français et mondial des solutions lumière, annonce l'installation de son premier système de géolocalisation en intérieur basé sur l'éclairage LED, dans un hypermarché Carrefour - numéro un de la distribution alimentaire en France. Le système a été installé dans le cadre de la rénovation de l'hypermarché Carrefour situé à Lille dans l'un des dix plus grands centres commerciaux d'Europe (Euralille). Les 2.5 km de rail LED équipant le magasin de 7.800 mètres carrés, servent de maillage pour le système de géolocalisation en intérieur. Cet éclairage utilise la lumière pour transmettre des informations de localisation aux smartphones des clients, via l'application PROMO C-où de l'enseigne.

Grâce à ce système, Carrefour offre, dans son magasin d'Euralille, un nouveau service à ses clients : se repérer dans le magasin et localiser facilement les produits en promotions catalogue.

« Nous sommes en permanence à la recherche d'innovations pour faciliter le parcours clients dans nos magasins et répondre aux attentes des consommateurs. Grâce à cette nouvelle application utilisant la technologie Philips, nous apportons un nouveau service aux clients du Carrefour Euralille : celui de trouver rapidement leurs promotions préférées dans leur magasin ou de localiser les promotions autour d'eux. Un vrai gain de temps pour une clientèle urbaine !



» commente Céline Martin, Directrice des modèles commerciaux et de l'innovation pour les hypermarchés Carrefour en France. »



Ce système de localisation en intérieur utilise la technologie VLC (Visible Light Communication ou Communication par la Lumière Visible). Chaque luminaire LED (au total, près de 800) envoie à travers la lumière un code unique détectable par la caméra d'un smartphone et cela sans accessoire. Le système comprend un logiciel Philips intégré à l'application PROMO C- où développée pour Carrefour. Ce logiciel identifie le code et détermine la position et l'orientation en temps réel du smartphone dans le magasin, grâce à l'emplacement du luminaire.

« Grâce à nos systèmes de lumière connectée innovants, Philips offre de nouvelles possibilités allant bien au-delà de l'éclairage. Sans infrastructure additionnelle complémentaire aux luminaires, notre système de géolocalisation en intérieur breveté, véritable GPS basé sur la technologie LED, permet à Carrefour d'interagir avec ses consommateurs via leurs smartphones. » commente Marlène Tisse, directrice marketing Retail chez Philips Lighting. « L'éclairage de l'hypermarché sert de plateforme pour la navigation en magasin et détermine à travers l'application Carrefour la position des produits en promotion. L'utilisation de cette application offre au consommateur une expérience d'achat personnalisée. »

Une navigation en magasin pour une meilleure expérience client

Selon certaines études¹, le taux de pénétration des smartphones devrait atteindre 79 % en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord d'ici 2017. L'utilisation d'un appareil mobile influence les décisions d'achat des clients en magasin : 68 % des acheteurs déclarent utiliser leur smartphone pour rechercher des informations sur les produits pendant qu'ils font leurs courses.

La géolocalisation en intérieur offre de nombreux services qui rendent l'expérience d'achat interactive et personnalisée. Les distributeurs améliorent ainsi leur service client, renforcent la fidélité à leur marque et enfin stimulent leurs ventes.

En outre, cette technologie permet aux employés des enseignes de distribution de localiser les produits plus facilement et de recevoir des instructions de réassort. Cela fonctionne même si l'intensité de l'éclairage est réduite.

Protection des données personnelles

La localisation en intérieur de Philips n'utilise pas les informations qui se trouvent dans les smartphones. Chaque luminaire transmet un flux d'informations digitales à sens unique via des faisceaux lumineux codés en utilisant la communication par lumière visible (VLC). Le flux de données à sens unique est invisible à l'œil humain mais est détecté par la caméra du smartphone. Le consommateur adhère au service en téléchargeant l'application de l'enseigne.

¹ GMSA Market report 2015 « The Mobile Economy »

Des informations de localisation codées sont utilisées par l'application pour offrir des services liés à la géolocalisation. L'acheteur peut fermer l'application à tout moment et doit choisir de se connecter au service.

Pour plus d'information sur Philips la géolocalisation en intérieur, www.philips.fr/indoor-positioning

Pour plus d'information, merci de contacter :

Agence Ketchum

Laure de Chastellux & Aurélie Chambon

01 53 32 55 78 – 01 53 32 56 88

laure.dechastellux@ketchum.fr – aurelie.chambon@ketchum.fr

Retrouvez également Philips sur Twitter : [@PhilipsLightFR](https://twitter.com/PhilipsLightFR)

A propos de Royal Philips :

Royal Philips (NYSE : PHG, AEX : PHIA) est une entreprise dédiée à la santé et au bien-être visant à améliorer la vie des personnes grâce à des produits et services innovants dans les domaines de la santé, du style de vie et de l'éclairage. Basé aux Pays-Bas, Philips a réalisé un chiffre d'affaires de 21,4 milliards d'euros en 2014, emploie environ 105 000 salariés et commercialise ses produits et services dans plus de 100 pays dans le monde. Le groupe Philips est leader sur les marchés des soins du cœur, des soins de précision et de santé à domicile, des systèmes d'éclairage à économie d'énergie et des nouvelles applications en éclairage ainsi que dans les rasoirs et tondeuses pour hommes et les solutions d'hygiène bucco-dentaire.

Les informations sur Philips sont disponibles sur :

www.philips.fr/presse

www.philips.com/newscenter