

Communiqué de presse

27 mai 2015

Réf. : 4360

Où sont les réductions ? Suivez l'éclairage LED des supermarchés de Carrefour, signé de Philips.

- *Première mondiale : Carrefour, le géant de la distribution, va mettre en œuvre l'éclairage de supermarché LED de Philips pour fournir des services géolocalisés sur le smartphone des chalands.*
- *L'éclairage connecté de Philips fait office de système GPS d'intérieur. Il transmet des données de géolocalisation à une application qui active des services géodépendants.*
- *Révolutionnaire, la technologie de navigation à l'intérieur à base de LED de Philips est facile à étalonner, précise au mètre près et ne nécessite pas d'investissements matériels supplémentaires mis à part les luminaires proprement dits. La solution représente une économie d'énergie de 50%.*

Brussel (Belgique) - Royal Philips (NYSE : PHG, AEX : LRMP), le numéro un mondial de l'éclairage, vient d'annoncer la première installation au monde, à grande échelle, de son système d'éclairage connecté avec fonction de navigation à l'intérieur à base de LED pour Carrefour, leader de la grande distribution en Europe et numéro trois mondial. Récemment rénové, l'hypermarché Carrefour de Lille (France) a remplacé son ancien éclairage fluorescent par 2,5 kilomètres d'éclairage écoénergétique LED de Philips qui tire parti de l'éclairage pour transmettre un signal de localisation au smartphone du chaland, ce qui active une application de fourniture de services géolocalisés.

Grâce au système Philips, Carrefour peut fournir de nouveaux services à ses clients, par exemple les aider à s'orienter pour localiser des promotions sur les 7 800 mètres carrés de la grande surface. En outre, l'éclairage LED réduira de 50% la consommation totale d'électricité affectée à l'éclairage de l'hypermarché.

« Nous sommes toujours à l'affût des innovations pour faciliter les déplacements de nos clients dans nos magasins et répondre aux attentes des consommateurs. », a commenté Céline Martin, directrice Modèles commerciaux et Innovation pour les hypermarchés Carrefour de France. « Grâce à cette nouvelle application, qui déploie la technologie Philips, nous sommes maintenant en mesure de fournir un nouveau service à nos clients du Carrefour d'EuraLille. Ils pourront chercher et localiser rapidement leurs promotions préférées ou repérer détecter toutes les promotions alentour en magasin. Un vrai gain de temps pour une clientèle urbaine ! ».



Le système de navigation Philips à l'intérieur se compose de luminaires LED, d'une base de données de localisation de type cloud et d'un kit de développement logiciel Philips sur laquelle les clients peuvent créer leur plate-forme d'interaction mobile. Le système en vigueur à l'hypermarché Carrefour de Lille comprend 800 fixations LED pour linéaire mettant en œuvre Philips VLC (Visible Light Communication), une technologie brevetée utilisée pour transmettre un code unique par la lumière, indécéleable pour l'œil humain, mais détectable par l'appareil photo d'un smartphone, sans le moindre accessoire. Dans le cadre de l'installation, des logiciels Philips et une base de données de localisation en cloud ont été intégrés à l'appli mobile de Carrefour. L'appli mobile "Promo C'ou" a été créée par Think&Go et peut être téléchargée dès aujourd'hui dans l'App Store d'Apple en France.

« Avec l'éclairage connecté pour la vente au détail avec Carrefour, nous montrons la voie à suivre, souligne Gerben van der Lugt, responsable des systèmes de navigation intérieurs à base de LED chez Philips Lighting. Notre système d'éclairage connecté a la capacité de transformer le shopping en une expérience davantage interactive et personnalisée. En même temps, il permettra aux commerçants de se différencier, d'accroître la fidélisation des clients et d'offrir de nouveaux services à ces derniers. ».

Information additionnelle

La navigation en magasin va améliorer l'expérience des clients et augmenter les ventes

Selon des études¹, le taux de pénétration des smartphones en Europe occidentale et en Amérique du Nord devrait dépasser 79% d'ici 2017. L'influence des appareils mobiles sur les décisions d'achat en magasin est en augmentation ; 68% des clients ont déjà indiqué utiliser leurs téléphones mobiles pour consulter, acheter ou rechercher des informations sur les produits pendant leur shopping. L'adoption de la technologie de bons d'achat à proximité des points de vente, qui fournit des informations sur mesure aux clients, progresse elle aussi. 56% des supermarchés américains devraient la mettre en œuvre l'an prochain.

Le positionnement intérieur peut soutenir toute une série de services géolocalisés qui transforment le shopping en une expérience bien plus interactive, personnalisée et amusante. Ces services comprennent par exemple le guidage, la recherche de produits ou les bons d'achat personnels. Les commerçants peuvent ainsi offrir à leur clientèle une expérience personnalisée qui accroît leur satisfaction, améliore le service qui leur est fourni, encourager la fidélisation à une marque et, en fin de compte, faire augmenter les ventes.

En outre, le positionnement intérieur peut offrir une valeur ajoutée aux commerçants en termes d'efficacité du personnel. Les collaborateurs peuvent trouver des produits plus aisément, ajouter des informations de localisation à leurs rapports et recevoir des instructions de réapprovisionnement avec localisation. La transmission de données de positionnement fonctionne même lorsque l'éclairage est atténué. Une fois l'installation effectuée, l'accès aux informations de localisation peut être contrôlé par le commerçant, qui peut ainsi gérer directement l'expérience des clients ou du personnel.

¹ Rapport GSMA 2015 "The Mobile Economy"

Protection des données personnelles

Le système de positionnement intérieur breveté de Philips ne lit pas d'informations sur les smartphones des chaland. Chaque luminaire transmet un flux à sens unique d'informations numériques à l'aide de la communication VLC. Indétectable par l'œil humain, ce flux est capté par l'appareil photo du smartphone. Le client peut s'inscrire au service en téléchargeant l'appli du commerçant. Celle-ci emploie les informations de localisation codées pour fournir des services géolocalisés. Le client peut désactiver l'appli à tout moment.

###

Pour plus d'informations, veuillez contacter:

Katleen Herroelen
External Communications Manager Lighting Philips a.i.
Tél.: + 32 471 83 92 53 (ne pas publier)
E-mail: katleen.herroelen@philips.com
Twitter: [@PhilipsBeLux](https://twitter.com/PhilipsBeLux)

A propos de Royal Philips :

Royal Philips (NYSE : PHG, AEX : PHIA) se pose comme une entreprise diversifiée, active dans les domaines « de la Santé et du Bien-être » et qui a pour but d'améliorer la qualité de vie des personnes par des innovations significatives dans les domaines des soins de santé, de la vie moderne et de l'éclairage. Philips, dont le siège social se trouve aux Pays-Bas, emploie quelque 108.000 personnes actives dans les domaines de la vente et des services dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 21,4 milliards d'euros en 2014. L'entreprise est leader sur les marchés des soins cardiologiques, des soins de médecine d'urgence et des soins de santé à domicile, des solutions d'éclairage économique et des nouvelles solutions d'éclairage ainsi que dans le domaine des rasoirs électriques et des soins d'hygiène dentaire. Vous trouverez plus de renseignements sur Philips via www.philips.com/newscenter.