

COMMUNIQUÉ  
DE PRESSE

## **Lafayette Plug and Play présente sa huitième promotion de start-ups tournée vers l'open-innovation**

Paris, le 2 mars 2020

Lafayette Plug and Play dévoile les 16 start-ups et scale-ups qui intègrent aujourd'hui sa huitième promotion. Social selling et commerce conversationnel, pricing dynamique, hyper-personnalisation et traçabilité produit sont les quatre enjeux clés de l'innovation retail sur lesquels se concentrent les start-ups accélérées par Lafayette Plug and Play en ce premier semestre 2020.

### **Faciliter les relations commerciales entre les grandes entreprises et les 16 nouvelles start-ups qui transforment le retail**

Ce nouveau batch est composé de huit start-ups françaises qui intègrent le parcours "Early track" et de huit scale-ups internationales qui rejoignent le parcours "Late track" leur ouvrant les portes des marchés français et européens. Toutes ont un même objectif : accélérer leur croissance commerciale au travers de pilotes et de contrats décrochés grâce aux rencontres sur-mesure qu'elles feront au cours des trois prochains mois avec l'écosystème de partenaires corporate de l'accélérateur. Un Expo Day viendra clôturer cette promotion le 28 mai prochain.

Pieter Lammens, Directeur de Lafayette Plug and Play, précise : *"Notre méthodologie unique permet d'arriver à des résultats business concrets en faisant se rencontrer des solutions portées par des start-ups innovantes et des besoins précis exprimés par nos partenaires dans des domaines variés allant de l'avant-vente à la fidélisation client, en passant par la supply chain et le parcours d'achat online ou offline. L'hyper-qualification des start-ups de notre écosystème apporte un réel gain de temps pour les entrepreneurs et nos partenaires corporate"*.



## **Les candidatures retenues pour cette huitième promotion sont :**

### **AutomationHero - Etats-Unis - Late**

Automation Hero va au-delà de l'Automation des processus robotisés RPA en intégrant l'IA pour former une plateforme intelligente d'automatisation de process. En automatisant intelligemment les tâches répétitives et fastidieuses, Automation Hero améliore la productivité des collaborateurs et permet d'optimiser les résultats de l'entreprise.

### **Ayolab - France - Early**

Ayolab permet aux marques et aux retailers de contrôler leur distribution sur des marketplaces telles que Amazon, Alibaba... Pour chaque marketplace, et à l'échelle du vendeur, les marques contrôlent l'assortiment proposé, les prix et les remises, et peuvent également utiliser l'outil dans un objectif de veille concurrentielle.

### **Brigitte - France - Early**

Brigitte est une émission quotidienne en direct consacrée à la découverte de nouvelles marques et de nouveaux produits. Sa mission est d'aider les marques à créer un lien émotionnel fort et direct avec leurs futurs clients.

### **Codec - Royaume Uni - Late**

Codec aide les marques à capter de la croissance en comprenant la culture. En combinant IA et big data, Codec donne aux marques une vision culturelle des audiences qu'elles souhaitent cibler. Cela leur permet de prendre des décisions à partir des flux marketing, de la stratégie d'audience, du développement créatif jusqu'à l'activation média.

### **Goodonyou - Australie - Late**

Good On You analyse et évalue les marques de mode et communique sur les marques éthiques et responsables. Plus de 2 500 marques sont passées au crible pour aider des

millions de consommateurs à faire de meilleurs choix. Leur système d'évaluation aide les retailers à connaître l'impact des marques sur des points qui intéressent les acheteurs.

### **Heyday - Canada - Late**

Heyday aide les e-commerçants à développer leur activité en automatisant le marketing, les ventes et le service client. Contrairement aux chat traditionnels, Heyday exploite l'IA conversationnelle pour aider les retailers à améliorer l'expérience client et à permettre la personnalisation via le chat et la messagerie.

### **Mediar - Royaume Uni - Late**

Mediar est une solution qui fournit des informations en temps réel sur les acheteurs afin d'améliorer continuellement les performances en magasin. Sa plateforme d'intelligence artificielle fournit des analyses avancées pour aider les retailers et les marques à maximiser les conversions en comprenant le comportement des acheteurs.

### **Navee - France - Early**

Navee aide les marques de luxe à lutter contre la contrefaçon en ligne grâce à un filtrage d'images fondé sur l'IA. L'idée est simple : les fraudeurs réutilisent sans cesse les mêmes images pour créer des listes de contrefaçons. Navee empêche donc que cela ne se produise.

### **Pickme - France - Early**

Pickme est une plateforme collaborative dédiée à la réception de colis. Elle met en relation des particuliers qui se font livrer des colis e-commerce avec d'autres particuliers qui souhaitent compléter leurs revenus et créer du lien social dans leur quartier. Pickme permet de recevoir des colis à proximité et de réduire l'empreinte carbone de la livraison.

### **PricingHub - France - Early**

PricingHub fournit aux e-commerçants les meilleurs outils de pricing dynamique dans le but d'augmenter leur rentabilité. Basés sur l'élasticité prix, les algorithmes de Pricing Hub évitent aux retailers de tirer le prix vers le bas pour s'aligner sur la concurrence. Dans un futur proche, Pricing Hub proposera également ce service aux magasins physiques, notamment grâce aux étiquettes digitales.

### **Prophet - France - Early**

Prophet est une suite de modules de marketing interactif fondés sur la science comportementale et cognitive. Les modules - jeux - proposés en marque blanche par Prophet peuvent être déployés sur tous les canaux, y compris les réseaux sociaux, et sont entièrement personnalisables.

### **Radius8 - États Unis - Late**

Radius8 est une plateforme de localisation qui permet aux retailers de créer une expérience d'achat hyperlocale et d'augmenter l'engagement en ligne et le trafic en magasin.

### **Revenue Studio - France - Early**

Revenue Studio remplace Excel dans le but d'optimiser les démarques en période de soldes et éviter les pertes sèches liées aux erreurs humaines. Revenue Studio collecte et analyse des milliards de données afin de répartir et d'optimiser avec précision les démarques selon les produits.

### **Stairwage - France - Early**

Et si chaque jour était un jour de paie ? Grâce à StairWage, le salarié peut désormais demander à tout moment et recevoir automatiquement le paiement d'une partie de son salaire, plutôt que d'attendre le jour de paie à la fin du mois.

### **Zeekit - Israël - Late**

La technologie de Zeekit permet aux marques de mode de proposer à leurs clients d'essayer virtuellement tout leur catalogue et de montrer en un clic à quoi ressemble le vêtement sur une personne qui leurs ressemble. Ainsi la technologie de Zeekit permet de partager des lookbooks personnalisés en apportant des conseils de taille et de coupe.

### **Zeotap - Allemagne - Late**

Zeotap est la seule plateforme data déterministe globale qui permet d'intégrer, comprendre et activer les données clients en Europe, en Amérique du Nord, au LATAM et en Inde. Cette solution permet aux marques d'obtenir un meilleur ROI Marketing.

Plus d'informations sur <https://www.lafayetteplugandplay.com/>

## **Contacts presse**

### **Alexandra van Weddingen**

Directeur de la Communication Corporate - groupe Galeries Lafayette

[avanweddingen@galerieslafayette.com](mailto:avanweddingen@galerieslafayette.com)

+33 1 45 96 68 44

### **Anne-Sophie Duthion**

Manager du Marketing et de la Communication - Lafayette Plug and Play

[annesophie@lafayetteplugandplay.com](mailto:annesophie@lafayetteplugandplay.com)

### **Allison Romero**

Manager des Relations Publiques et du Marketing Vidéo - Plug and Play Tech Center

[allison@plugandplaytechcenter.com](mailto:allison@plugandplaytechcenter.com)

## **A propos de Lafayette Plug and Play**

Première plateforme d'innovation dédiée à la transformation digitale du retail, Lafayette Plug and Play est né du rapprochement entre le groupe Galeries Lafayette et l'accélérateur californien Plug and Play Tech Center. Depuis son lancement en 2016, 16 autres entreprises leader du commerce ont rejoint l'écosystème afin d'accélérer leur processus d'innovation technologique et culturel. Implanté dans un espace de plus de 1000m<sup>2</sup> consacré à l'innovation au cœur de Paris, Lafayette Plug and Play a pour mission de connecter les entreprises du commerce avec les start-ups françaises et les scale-ups internationales les plus pertinentes pour accélérer leur transformation digitale et optimiser leurs résultats, créant ainsi un écosystème vertueux sur les marchés français et européens. Dans le cadre de ses deux promotions annuelles, Lafayette Plug and Play propose aux entrepreneurs un parcours d'une durée de trois mois. Plus d'informations sur [lafayetteplugandplay.com](http://lafayetteplugandplay.com).