

Avec son appli Antblue, la startup Bluemanoid fait le pari d'un retail plus collaboratif

Implantée à Roubaix, l'entreprise ouvre la voie à un merchandising collaboratif et agile qui s'adapte à chaque point de vente, grâce à son appli Antblue. Une startup soutenue par le programme New Shopping Experience de PICOM by Cap Digital.

Temps de lecture : minute

22 décembre 2020

Avec la crise sanitaire, la grande distribution a plus que jamais besoin de l'innovation pour réinventer l'expérience client. Cette année fut un électrochoc pour de nombreux commerçants, et les innovations nées avant ou pendant la pandémie en ont évidemment bénéficié. Comme la startup Bluemanoid, qui développe depuis près d'un an son application Antblue, un outil de merchandising local et collaboratif, pensé pour booster la performance des magasins. Fini la déferlante de mails et place à un fil de discussion dédié pour interagir entre collègues et vérifier ou mettre à jour en quelques clics les planogrammes - comprenez, les plans d'un rayon ou d'une gondole dans un point de vente.

"L'appli remplace le mail ou le fichier pdf avec les fameux plans à exécuter, résume Xavier Debal. Concrètement, les personnes en magasin reçoivent des notifications et à partir de là, elles vont pouvoir réaliser les tâches qu'elles doivent faire. De cette manière, on remonte les informations de manière efficace, rapide et transparente." Actuellement en phase de test chez Leclerc, cet outil a séduit un autre géant de la grande distribution : Auchan.

Faire définitivement passer le retail à l'ère numérique...

À l'origine de la startup roubaisienne, Xavier Debal et Gautier Rio, qui se sont *"rencontrés aux portes ouvertes d'une école d'ingénieurs à la fin de l'année 2016"* , Gautier cherchait un stage, Xavier, lui, était un ancien élève de l'établissement. *"Au travers d'une mission durant laquelle j'ai développé des outils de merchandising, j'ai fait un certain nombre de constats qui pouvaient améliorer le secteur du retail. Mais je n'avais ni le temps ni la capacité à prendre cela en charge, explique Xavier Debal. La rencontre avec Gautier a été un déclic. Il avait envie de créer une boîte mais n'avait pas de concept précis. On s'est retrouvé sur le projet Bluemanoid : j'avais un associé et Gautier un projet entrepreneurial."*

Le duo met un an à créer la société et se donne pour mission de faire passer le cap du numérique aux entreprises du retail. Pour ce faire, Bluemanoid conclut un partenariat avec un éditeur spécialisé et intègre leur logiciel. De cette manière, la société possède d'emblée la capacité technologique de développer des modules. *"On a commencé par créer un outil de merchandising immersif en 3D. L'idée, c'était de visualiser des indicateurs de performance au fil de son parcours dans le magasin"* , détaille Xavier Debal. *"Ces outils sont cruciaux car au fond, on ne sait pas toujours ce qui a été fait en magasin. Ce n'est pas toujours simple de voir ce qui fonctionne ou pas."*

... Et améliorer la communication en magasin

Si cette première solution est un succès, Xavier Debal et Gautier Rio décident pourtant de réorienter leur business et de se concentrer sur un domaine clé : le merchandising collaboratif. Pour les deux entrepreneurs, c'est sur ce point que pêche encore le secteur du retail. *"C'est certain, la communication et la collaboration en magasin ne sont pas encore au*

niveau ; on a besoin de davantage d'outils" , considère Gautier Rio.

Fort de ce constat, Bluemanoid pivote et cherche à devenir indépendant de son éditeur logiciel. Avec le recrutement de quatre ingénieurs et développeurs, la startup met au point une application mobile qui, clé en main, permet de fluidifier l'échange et le suivi en magasin. C'est la naissance du concept d'Antblue. Grâce à des codes couleurs et des pictogrammes, la solution permet, par exemple, aux employés de mettre à jour en temps réel les inventaires du magasin et de consulter les tâches à exécuter.

En fonction des contraintes du terrain (rupture de stock, produits défectueux...), le collaborateur peut aussi soumettre de nouvelles idées à la centrale de distribution. *"Au fond, avec Antblue, on cherche à favoriser l'intelligence collective. Faire en sorte que l'information remonte plus vite de la surface de vente à la centrale permet de mieux comprendre les clés de succès, ou pas d'ailleurs, de tel ou tel magasin" , analyse Xavier Debal.*

Désormais commercialisable après des mois de développement, la solution a déjà tapé dans l'oeil de PICOM by Cap Digital (la branche Retail basée dans les Hauts-de-France du pôle de compétitivité Cap Digital) qui a décidé de soutenir Bluemanoid, aux côtés du Fonds européen de développement régional (FEDER), dans le cadre de son programme New Shopping Experience (1). *"Ce soutien est très précieux. Non seulement, il nous permet de se structurer grâce à un accompagnement complet et du coaching, mais on bénéficie aussi du réseau de PICOM. Une super occasion pour nouer de nouveaux partenariats."* Visiblement, l'aventure ne fait que commencer.

(1) Le Fonds européen de développement régional (FEDER) apporte un soutien financier à l'ensemble des startups du programme New Shopping Experience de PICOM by Cap Digital, et permet de soutenir 50% des dépenses engagées par Bluemanoid dans le cadre du projet Antblue sur

une enveloppe globale de 60 à 80k€.

Maddyness, partenaire média de PICOM by Cap Digital

Article écrit par Maddyness, avec PICOM by Cap Digital