

Après la pépinière de Meyreuil, la start-up aixoise vient de s'installer dans de nouveaux locaux du Parc du Golf pour mieux développer sa technologie

Petite deviendra grande. C'est le cas de la start-up Think & Go, créée en 2010 par Vincent Berge, ingénieur qui a travaillé pendant près de vingt ans dans de grands groupes informatiques. A son actif, la mise au point d'une interface NFC (Near Field Communication ou sans fil) avec une image dynamique (film pub, animation...). Jusqu'alors, la technologie sans contact permettait de télécharger des informations ou encore d'interagir avec une puce NFC statique. La technologie développée par Think & Go va plus loin. En rapprochant votre téléphone NFC d'un film pub ou d'un affichage dynamique, votre portable interagit avec le contenu de la pub, le logo de la marque, un coupon, la promo du moment...

Comment ça marche? Sans entrer dans le détail, c'est en fait un code invisible qui crée l'interaction. Mais pas besoin d'en savoir plus... L'intérêt? L'invention permet aux utilisateurs une expérience inédite permettant d'échanger des informations entre écrans vidéo et téléphones NFC, comme de récupérer des coupons de réduction par exemple, simplement en rapprochant le smartphone (NFC of course) de la borne interactive.

En 2016, Think & Go profite de sa deuxième participation au grand show de Las Vegas pour annoncer une évolution majeure de ses écrans connectés : les paiements directs sur écran, donc sans contact. Cette avancée est issue d'un partenariat stratégique avec Ingenico, le leader mondial des solutions de paiement. On appelle cela les écrans connectés multipaiements. En clair, on peut acheter directement les produits sur un écran digital avec sa carte bancaire ou son téléphone.

L'inventeur des écrans connectés voit encore plus grand avec le lancement du premier mur d'écrans connectés au



Incubée à la Belle de Mai puis en pépinière à Meyreuil, toute l'équipe de Think & Go dispose de nouveaux locaux au Parc du Golf.

/PHOTOS CYRIL SOLLIER

monde. Ce dispositif digital présenté en janvier au CES de Las Vegas une fois de plus, permet de favoriser le drive-to-store, pop-up-store (magasin éphémère), click & collect (achat en ligne et retrait en magasin) et retailtainment (jeux, quiz...). Les écrans de cette taille permettent aux consommateurs d'interagir simultanément et offrent toute une gamme de services et d'offres tels que la prise de coupons, le paiement de produits, la possibilité d'effectuer des dons ou de gagner des prix grâce à des jeux.

Ce dispositif permet aux commerçants de développer du drive-to-store, avec des taux de transformation en vente de plus de 12% en moyenne, 4 à 5 fois plus élevés que toute autre solution (coupon, chèque promo...).

Au CES 2017, et pour la première fois, les visiteurs du stand ont pu Apple Pay sur Apple Watch ou iPhone pour prendre des coupons, faire des réservations, participer à des quiz...

"Vous savez, le CES de Las Vegas, c'est un peu le passage obligé pour présenter les avancées technologiques, explique Vincent Berge. Cela permet de rencontrer les patrons des grandes boîtes françaises ou étrangères. On vend des murs d'écrans connectés en Indonésie, à Paris et à Bordeaux. Mais on n'est pas présent aux Terrasses du Port, à Marseille. C'est un peu frustrant. On réfléchit à faire quelque chose aux Allées provençales. Mais rien de précis pour le moment."

"Les écrans connectés offrent aux commerçants de nouveaux moyens, plus puissants, d'enga-

"Nous avons eu 600 contacts en quatre jours au CES de Las Vegas 2017." VINCENT BERGE

ger les consommateurs et de rendre leur expérience shopping plus attrayante, poursuit le pdg de Think & Go. Grâce à l'intégration du paiement, les écrans digitaux ont aujourd'hui un tout nouveau rôle à l'extérieur des magasins, car ils peuvent facilement être transformés en pop-up-store. Nous sommes à l'aube d'une nouvelle façon d'échanger et de partager l'information en utilisant des objets connectés."

Geneviève VAN LEDE



Via ce mur d'écrans connectés que l'on peut trouver dans des centres commerciaux, les gares et les stations de métro, le consommateur peut faire ses courses, réserver un spectacle, jouer, récupérer des coupons de réduction sur son smartphone ou encore payer sans contact. C'est déjà un succès au centre commercial "Italie Deux", à Paris. Plus de 12 000 coupons ont été récupérés pour environ 3 000 utilisateurs enregistrés. La Croissanterie et La Française des Jeux (FDJ) ont même atteint des taux records de transformation des ventes de plus de 30%.

DE NOUVEUX LOCAUX PLUS SPACIEUX

■ Deux plateaux aux Milles dans un bâtiment du Parc du Golf (Aix-La Duranne) avec un labo où travaille une dizaine de personnes (production et R&D) et un espace de travail (commercialisation et siège social), ce sont les nouveaux bureaux de la start-up aixoise qui compte aussi un bureau à Singapour et un autre à Paris.

■ Quatre personnes en 2010, 13 début 2016 et aujourd'hui 32 salariés... Une belle ascension pour cette société toujours fois primée et qui affiche une croissance de 230 % de son CA entre 2015 et 2016. *"Mais nous restons une start-up, tempère Vincent Berge, avec encore une importante partie de recherche et développement et un équilibre financier fragile. Il faudra attendre 2018 pour stabiliser les comptes."*

Et d'ajouter : *"Vous savez, nous sommes passés par plusieurs phases. Nous avons d'abord reçu des aides comme le Dap (dispositif d'amorçage de Provence). Puis des Business Angels ont investi 700 000 euros. Ingenico (leader mondial du marché des terminaux de paiement) nous a rachetés partiellement début 2016 et a également investi. Ce qui nous a permis de pouvoir développer l'entreprise. Ce mélange financier et cette ouverture industrielle nous a permis de faire du paiement sur l'écran. C'est une évolution majeure de nos produits qui ouvre de nouveaux marchés. C'est le moyen de déporter une partie des enseignes des lieux (centres commerciaux, gares, stations de métro...)"*

G.V.L.