

## Compte Rendu de la réunion DIGITAL du 13 novembre 2014

Lieu : à l'IFM de 14h à 17h ; en présence de (R3iLab) : Nelly Rodi, Elisabeth Lulin, Stanislas Vandier, Isabelle de Bussac, Evelyne Chaballier

### LISTE DES PARTICIPANTS

---

- |  |   |
|--|---|
| 1. M.E. Belzung – CELC                         | 12. Marc Artigue – Contrejour (excusé)      |
| 2. Annie Calisti                               | 13. Rafik Mahiout – Dognin                  |
| 3. Veerle Hommelen – Hermès (excusé)           | 14. François Gadrey - Avance diffusion      |
| 4. Igor Douplitzky - Orange start-up ecosystem | 15. Emmanuel Cayla                          |
| 5. Alain Regad – Gerbe                         | 16. Geoffrey Bruyere - Bonnegueule.fr       |
| 6. Celine Lippi - Fashion Partner Capital      | 17. Bernard Cugerone – JRC Reflex           |
| 7. Philippe Roy - Cap Digital (excusé)         | 18. Adeline Lascar de Montpezat – Bouchara  |
| 8. Olivier Verrielle – SCF (excusé)            | 19. Nicolas BARD – ICI Fablab Montreuil     |
| 9. Dominique Picquier – Dominique Picquier     | 20. Yann Rivoallan – The Other Store        |
| 10. Alain Papanti - Primo 1D                   | 21. Jean François Letard – Olikrom (excusé) |
| 11. Emmanuelle Chambonnier – Sogeti            | 22. Michel Tholot – Odea                    |
|  | 23. Pascal Denizart – CETI (excusé)         |

### INTERVENTIONS

---

#### 1. Intervention d'Emmanuelle Chambonnier/ SOGETI (Cap Gemini)

Les technologies sont là et existent pour exploiter les datas. La question est plus sur l'usage qui définit le modèle économique et la grande question reste le financement. Les opportunités de business et d'innovation sont identifiées sur les contrats de maintenance, les nouveaux services, la gestion des produits... Exemple : l'hôpital = meilleure productivité, meilleurs soins, gestion des lits/flux, des traitements = sur tous ces enjeux = le traitement des données permet de la création de valeur.

#### 2. Intervention d'Igor Douplitzky / Orange start-up ecosystem

Big Data. L'usage des données permet d'accroître l'efficacité opérationnelle et la prise de décision stratégique : suivi marchandises, performance réseaux, implantation des magasins, prévention et gestion des risques (cyber-attaques), assurance, amélioration de la relation clients, amélioration des offres, services + insightfull, répondre à des besoins jusqu'alors insatisfaits, nouveaux produits/services, et aussi la monétisation des données comme programme Flux Vision lancé en 2014 avec la SNCF et office du tourisme = données dites "dormantes" en lien avec les log-connexions (lorsque l'on connecte son portable avec son mot de passe), après traitement algorithmique pour rendre les données anonymes et aussi la plateforme DatAvenue = traitement des données bracelets tracker ou autres objets connectés par abonnement = domotique. Projets plus collaboratifs autour de l'OpenData avec grands groupes comme SNCF, le gouvernement ou des villes comme Barcelone organisent des Hackathon de 24 ou 48h avec des développeurs et des designers de tous horizons qui développent des applications exploitant des données existantes.

## RESTITUTIONS DES GROUPES

---

### 1. Groupe Amont

Les participants au groupe Amont ont pris l'exemple d'un industriel qui intégrait toute la chaîne de valeur de l'amont = de la molécule au tricotage. Les idées émises et les pistes explorées :

#### 1. Fonctionner en mode projet :

- stage immersion du patron dans service digital
- Fablab interne (espace, outils, infos et temps à disposition des équipes) pour stimuler la création au sein de l'équipe
- Hacklab ouvert à l'externe = ouvrir le champ des possibles
- Comment faire intervenir les clients open innovation = commun accord pour mettre un frein vis-à-vis des clients qui sont contre le partage de l'innovation
- Décloisonner les datas : cartographie, nouveaux usages open data
- Permettre aux équipes de partager leurs coups de coeur créatifs au sens large (intranet ?)
- Actions de self improvement via le digital
- Développer la culture numérique = atelier nouveaux modes de travail

#### 2. Mélanger les secteurs

#### 3. Digitaliser les outils de production :

- Stocks et outils de production
- Organisation et process = freins = découloisonner la data,
- Développer des FabLabs

#### 4. Informer

Le Numérique permet de remonter jusqu'à la matière première = informer le consommateur sur la production = traçabilité / l'histoire du produit = valoriser savoirs faire

### 2. Groupe Aval

#### 1. Affichage des produits portés / essayage = avatar

2. Personnalisation / création = boutique lieu de création / impression 3D - patch 3D = conseil, offrir la possibilité de la création textile

#### 3. Ibeacon

- Gestion des datas pour une optimisation du merchandising = pop up stores en fonctions des données prédictives
- Présélections des produits / cf aéroports en asie

#### 4. Passage en caisse / vêtement connecté

5. Services associés = conseil santé suivi prévention postures, questions de sécurité, ou marché des jeux = marchés porteurs

#### 6. Vêtements pour interagir avec les jeux vidéos

7. Partenariats entre divers secteurs ou entre marques : exemple Condé Nast + Google + Publicis = exploiter données pour :

- Une meilleure personnalisation de l'offre produit/conseil
- Efficacité de la chaîne de valeur
- Rapidité disponibilité des produits
- Services associés au textile

---

**PROCHAINES REUNIONS à l'IFM (créneau 14-17h)**

**JEUDI 13 NOVEMBRE**

« MATERIEL / IMMATERIEL »

Les opportunités du numérique pour la chaîne de valeur

**JEUDI 18 DECEMBRE**

« NOMADISME / URBANISATION »

Et si le textile transformait notre vie dans la ville

**JEUDI 15 JANVIER**

« NEW AGES & MODES DE VIE »

Des textiles pour mieux vivre à tous les âges

---

**JEUDI 11 juin 9-12h Grand Amphithéâtre de BERCY**

Restitution FUTURS IMMEDIATS devant les acteurs de la filière

Quels Scenarii d'Innovation à 2030 ?

---