

# SEENAPSE

transmettre aux enseignes et marques les informations clés pour les aider à comprendre l'évolution du consommateur et leur permettre de s'adapter aux mutations du commerce.

## Veille

---

- **Service**  
innovations client
- **Magasin**  
off & online
- **Startup**  
internationales avec œil  
« Retail »

## Etude

---

- Conso 360°
- 5 000 Français  
représentatifs
- 200 enseignes
- + données brutes  
en option

## Visite

---

- **Store Tour**  
Amsterdam, Barcelone,  
Berlin, Cologne,  
Düsseldorf, Londres, Paris  
et New York
- **Tech Tour**  
EuroCIS, Gitex, NRF, NRF  
Europe, Shoptalk,  
Shoptalk Europe, Tech for  
Retail, VivaTech et Web  
Summit

## Partages

---

- **Conférence** annuelle
- **Webinaires**  
bimensuels salon, ville ou  
veille
- **Keynote** thématique à  
la demande
- **Rencontres** du  
réseau : 3 matinées  
autour d'une thématique +  
déjeuner



## Service

- Innovations commerce & relation client
- Exemple : [Zillow](#)

Veille > Service

REWE mobilise ses tickets de caisse contre les violences faites aux femmes.

Burger King achève les votes des Brésiliens contre un cornet de frites.

Avec Eton, le voyageur fait face à la perte de ses valises avec élégance et sérénité.

Zillow affiche la carte des risques climatiques pour chaque bien immobilier.

C'est bleu, avec 4 pieds et aide à parler à des inconnus? Le tabouret Boovertown 1

McDonald's personnalise des t-shirts avec la commande préférée des clients.

- 3 nouveaux signaux chaque lundi.
- Bases de cas accessibles pour les membres du réseau via le site <https://seenapse.fr/>.

## Magasin

- Magasins physiques et digitaux inspirants
- Exemple : [Franprix](#)

Veille > Magasin

SKIMS dégage son flagship Instagrammable à côté des New Yorkais.

Hus of FRANKA, un pop-up store en hommage à l'icône sac bleu de IKEA.

CRIBS : Une entreprise à mission mais avant tout rentable.

Libi Top offre des couleurs sur mesure aux livres des New Yorkais.

Avec REBERD et BNGEAR, Archerya donne des atouts à la circularité.

Franprix joue la proximité pour devenir le bon voisin chez qui on fait ses courses.

## Startup

- Solution enseigne et consommateur
- Exemple : [Shopic](#)

Veille > Startup

A partir de gribouillages, Beins Dream rend visible une idée et la fait évoluer.

En digitalisant le ticket de caisse, Picasso le transforme en point de relation client.

Boosté à l'IA, le device connecté de Shopic rend les codes intelligents.

Humanities aide les magasins à décider et agir sans perdre de temps en analyses.

DiveCrew transforme une conversation en magasin en données exploitables.

Loyalty Games transforme la fidélisation en un véritable parcours de jeu vidéo.

## Baromètre annuel

Décortiquer la  
consommation de 5 000  
Français

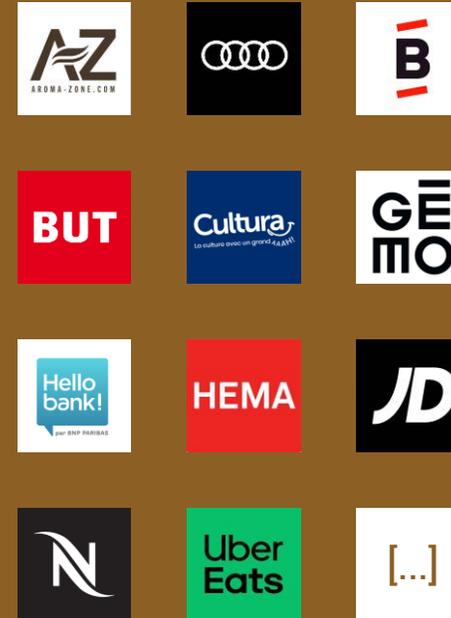
Identifier des  
comportements émergents

Isoler des cibles  
stratégiques à travailler.

## 10 thématiques

- Socio-Démo
- Finances & Budget
- Typologies Shoppers
- Équipements & Réseaux
- Conso alimentaire
- Conso non-alimentaire
- Paiement
- Seconde main
- Location & Abonnement
- Mobilité

## 200 enseignes



## comportements

- Roblox, TikTok
- Chatbot / assistant virtuel
- Hybride rechargeable
- Pompe à chaleur
- Projet cuisine
- Paiement NFC
- Achat reconditionné
- Anti-gaspi alimentaire
- Location de PEM
- Caisses self-checkout
- ...



## Store Tour



- Exemple : [Paris](#)

## Tech Tour



- Exemple : [Tech for Retail 2024](#)



## Webinaire

Tous les 15 jours un webinaire pour faire le point sur un salon, une visite de ville ou la veille des derniers mois.

- Exemple : [NRF Retail's Big Show 2025](#)

### Key takeaways

- ▶ Contexte politique et incertitudes.
- ▶ L'IA omniprésente, mais pas indispensable pour innover.
- ▶ L'avenir de TikTok en question.
- ▶ Peu de nouveautés pour le parcours client.

Comme lors de Shoptalk, du Web Summit ou de Tech for Retail, l'innovation se concentre davantage sur l'optimisation du travail des collaborateurs que sur l'expérience client. Quand elle s'adresse aux consommateurs, c'est souvent pour améliorer la « convenance », c'est-à-dire faciliter les achats. Par exemple, Diebold Nixdorf teste des solutions anti-vol chez Intermarché, tandis que Trigo utilise des technologies comportementales développées pour ses magasins autonomes. De son côté, la double authentification biométrique – visage et paume de la main – permet à Wink de sécuriser les paiements mais aussi les connexions sur les sites internet.

- ▶ Le collaborateur au centre de l'innovation.

### Replay



TÉLÉCHARGER LE SUPPORT DE PRÉSENTATION

### Startups



### Interviews startups



## Conférence

---

- 1 h 30 pour faire le bilan de l'année en analysant les tendances qui redéfinissent le commerce .
- Exemple : [Le commerce : des frontières en mutation à explorer sans tarder.](#)

Le pouvoir d'achat, l'importance croissante de l'audience sur les réseaux sociaux et les plateformes de streaming, la guerre naissante des moteurs de recherche et des bars, l'intelligence artificielle bien sûr, mais aussi la durabilité et la circularité. Sans oublier les nouveaux rôles des magasins à l'ère du commerce ubiquiste et omniscient.

- Prochaine conférence : 5 décembre de 9 h 00 à 10 h 30 - online

[Je m'inscris à la conférence](#)

## Abonnement annuel

---

- 12 000 €HT hors Etude
- Accès pour une entreprise, sans limite de membres
- Données accessibles pour les abonnés via le site internet de Seenapse : Service, Magasin, Startup, Store Tour, Tech Tour, Keynote, Webinaire & Conférence.

Membres :



## Ad'hoc

---

- 1 000 €HT par jour travaillé pour les entreprises abonnées.
- 2 500 €HT par jour travaillé pour les entreprises non abonnées.

# SAVE THE DATE

## octobre 2025

---

- **webinaire Amsterdam**  
vendredi 10
- **webinaire New York**  
vendredi 24
- **store tour Paris**  
jeudi 30

## novembre 2025

---

- **webinaire Paris**  
vendredi 7
- **tech tour Web Summit**  
lundi 10 au jeudi 13
- **webinaire Web Summit**  
vendredi 21
- **tech tour Tech for Retail**  
lundi 24 & mardi 25

## décembre 2025

---

- **Conférence annuelle**  
vendredi 5
- **webinaire Tech for Retail**  
vendredi 19

## janvier 2026

---

- **store tour New York**  
lundi 10
- **tech tour NRF**  
lundi 12
- **store tour New York**  
mercredi 14
- **webinaire NRF Summit**  
vendredi 23

## février 2026

---

- **webinaire New York**  
vendredi 6
- **webinaire Veille**  
vendredi 20
- **tech tour EuroShop**  
mardi 24
- **store tour Düsseldorf & Cologne York**  
mercredi 25





AGENDA

WEBINAIRE

Paris  
7 novembre 2025

TECH TOUR

Web Summit  
du 10 au 13 novembre 2025

WEBINAIRE

Web Summit  
21 novembre 2025

TECH TOUR

Tech for Retail  
25 novembre 2025

VEILLE



MAGASIN

19/07/2024

Dans les rayons de Perfume Library, chaque parfum Lush raconte son histoire.

Comme un musicien qui dévoile régulièrement un nouvel album, Lush compose tous les 4 à 5 ans un nouveau volume de sa collection de parfums : Gorilla Perfume, Set in Stone, Samples of Society, jusqu'à la White Collection en 2024. Pour l'occasion, la marque a ouvert The Perfume Library, une boutique intimiste de 40 m² à [...]

VISITE ET PARTAGE



WEBINAIRE, ABONNÉS

26/09/2025

NRF Retail's Big Show Europe septembre 2025



Seenapse : un espace d'inspiration et d'analyse des tendances.

Sa mission ? Transmettre aux marques et enseignes des informations clés pour comprendre l'évolution du consommateur et anticiper les mutations du commerce.





**Matthieu JOLLY**

- +33 680105711
- [matthieu@seenapse.fr](mailto:matthieu@seenapse.fr)

