



CES 2020

*Immersion au coeur du salon mondial
de l'innovation technologique*

COMPTE-RENDU DE LA RESTITUTION DU CES LAS VEGAS 2020 PAR LA MISSION «CES TOURISME 4.0» D'EXTENDAM ET BPIFRANCE

Du 6 au 10 janvier 2020, Bpifrance et EXTENDAM accompagnaient une délégation de 16 entreprises françaises du secteur du tourisme au CES 2020. C'est dans le cadre de la mission «CES Tourisme 4.0» qu'ils se sont embarqués pour une immersion au cœur du salon mondialement réputé pour ses avant-premières de l'innovation dans LA ville de l'hôtellerie-restauration par excellence : Las Vegas.

Le 26 février, les ambassadeurs de cette mission CES Tourisme 4.0 avaient le plaisir de partager leur retour d'expérience devant une salle comble de plus de 150 personnes. Pourquoi se rendre à Las Vegas dans le cadre de la mission d'EXTENDAM et BPIFRANCE, quelles grandes tendances ont émergé lors du CES 2020, quelles innovations à fort potentiel impacteront très probablement le secteur de l'hospitality au cours des prochaines années? L'analyse du HUB Institute ainsi que les témoignages des ambassadeurs de la mission ont permis à tous les présents de disposer d'éclairages et de focus sur les innovations intéressantes et applicables dans l'hôtellerie-restauration comme les apports

possibles d'innovation retail, de loisirs ou relatives aux nouveaux modes de travail sur le secteur.



«Notre métier chez EXTENDAM et Bpifrance est d'accompagner les

entreprises dans le développement de leur activité et pour cela, de les faire monter en compétence dès que nous le pouvons. Lorsque nous avons eu l'occasion d'organiser ensemble ce premier voyage pour les acteurs du tourisme et de l'hospitality au CES de Las Vegas, nous n'avons pas hésité longtemps. Deux points nous ont particulièrement convaincus de la pertinence de cette initiative : le CES c'est un peu plus de 200 000 visiteurs et 160 pays, cela permet de démultiplier les découvertes. Ensuite Las Vegas est la ville de l'hospitality

par excellence car chaque année elle accueille tout de même 40 millions de visiteurs et dispose de 125 000 chambres»,

introduisait Bertrand PULLES, Directeur d'EXTENDAM.



«Cette mission est le début d'une longue histoire, car à son lendemain, nous travaillons déjà à sa deuxième édition. L'idée était vraiment de s'approprier les tendances applicables ou intéressantes pour l'hôtellerie et de traduire cette scène technologique mondiale pour vos métiers. Nous avons toutefois sous-estimé l'énergie transmise par cet événement pour débiter l'année», enchaînait Pedro NOVO, Directeur Exécutif en charge de l'Export chez BPIFRANCE. ■



ANALYSE DES GRANDES TENDANCES DU CES 2020 PAR VINCENT DUCREY, CEO DU HUB INSTITUTE

*En 2020 le CES proposait une très belle édition avec **plus de 4 500 exposants, 175 000 participants et plus de 160 pays représentés**. Les entreprises exposantes françaises étaient moins nombreuses cette année mais présentaient le grand atout d'être des entreprises plus matures, ce qui permettait d'engager des discussions pour des partenariats beaucoup plus assurés et intéressants. **Quatre grandes tendances ont été retenues pour présentation lors de cette restitution.***



Tech to Watch : les technologies à suivre

De nouvelles interactions ont été proposées sur l'aspect de la vision avec la présentation de nombreuses lunettes augmentées AR/VR permettant une autre réalité ou bien une réalité superposée. Autre grande tendance de cette édition, le développement des écrans souples qui ont la capacité de pouvoir être intégrés à des contenants, des vêtements ou encore des téléphones pliables. Nous sommes au tout début de cette ère où ce que l'on a connu de rigide ou fixe va devenir beaucoup plus souple et interfaçable avec des éléments auxquels nous ne pensons pas encore. La troisième grande tendance est liée aux émotions et aux sensations. Cette année, un grand nombre de services étaient proposés autour de la voix, une tendance qui s'applique totalement aux futures requêtes des clients de l'hôtellerie. Le Japon présentait également un

mix entre Intelligence Artificielle et hologramme. L'annonce de Samsung pour son clavier virtuel était particulièrement pertinente. Pour compléter ces tendances, nous avons pu observer le déploiement de l'haptique avec des gants qui, une fois enfilés, permettent de ressentir le toucher d'un tissu ou modifier le parcours d'un personnage en le touchant.

Le déploiement de solutions environnementales était en outre un grand fait de cette édition avec la présentation de société comme **Zéro Mass Water**, permettant de récupérer l'humidité d'un environnement pour la transformer en eau potable, **Impossible Food**, recréant le goût de la viande avec des steaks entièrement végétaux, ou encore **Meetable**, proposant la fabrication de viande in vitro et donc sans troupeau, pour réduire l'empreinte environnementale. ▶



Travel & Hospitality

46% des voyageurs sont prêts à utiliser une application pour faciliter leur expérience et 44% utilisent les applications pour obtenir un maximum d'informations.

L'idée est simple : la fluidification. Delta Airlines annonçait notamment de nouvelles applications permettant sans démarche de déclencher la commande d'un VTC à votre arrivée à l'aéroport ou vous permettre de débiter la lecture du film que vous souhaitez regarder pendant le vol dès la salle d'embarquement. Leur travail sur l'avant, pendant, après est particulièrement stratégique.

De nombreux moyens d'améliorer l'exploration des destinations étaient aussi proposés. Le lancement notamment par Uber de services multimodaux proposant de pouvoir, avec une même application, commander un VTC, des tickets de bus ou bien quelques heures de trottinettes électriques est à garder en tête. Des guides numériques sont également proposés afin d'entrer dans une véritable expérience liée à la géolocalisation.

Concernant l'accueil de tous les touristes, notamment ceux ne parlant ni l'anglais, ni la langue locale, Google a présenté un traducteur permettant à la réception de parler et comprendre toutes les langues.

73% des voyageurs recherchent une expérience unique et plus de 92% d'entre eux recherchent des « destinations surprises », une nouveauté. L'innovation peut vous aider à combler ces désirs.

Mobilité

De très nombreux constructeurs étaient présents pour le lancement officiel d'innovations, notamment autour de la voiture connectée. Cette année, Mercedes présentait une voiture organique dans une logique prospective, convaincus que les consommateurs rechercheront dans quelques années une voiture organique dans la droite

ligne de l'alimentation bio. Cette voiture, qui se veut le futur de l'automobile, est électrique, fabriquée à 30% à partir de matériaux recyclés et consomme -30% d'eau.

Le CES parlait beaucoup cette année de solutions multimodales permettant de fluidifier l'usage de différents modes de transports pour se rendre à une destination, l'interconnexion des véhicules et leur communication entre eux, notamment grâce à la norme C-V2X, le véhicule autonome et l'électrification des

transports. Des innovations proposent notamment une continuité d'expérience en assurant la poursuite d'une même activité, notamment de jeux vidéo, de la maison à la voiture de manière très fluide ou encore des enceintes unidirectionnelles autorisant un passager à écouter ce qu'il veut sans déranger les autres passagers puisqu'il est le seul à entendre le son provenant de ces enceintes. Les équipementiers automobiles se transforment ainsi peu à peu en fournisseurs de services.

Connexion

Pour l'année du lancement de la 5G en Europe et dans une période de fort développement des objets connectés, nous nous sommes intéressés à ce sujet de la connexion sous différents angles. Le premier est celui de la ville intelligente. De nouveaux acteurs, notamment automobiles arrivent sur le déploiement de véritables écosystèmes urbains. Beaucoup d'innovations relatives à l'amélioration des flux et des trafics en ville au BIM (Building Information Management) permettant de monitorer des bâtiments, de prévoir et gérer d'éventuels problèmes. L'optimisation énergétique était au rendez-vous avec de nombreuses applications de monitoring des consommations. Enfin, la maison connectée a connu une belle évolution car l'ensemble des acteurs se sont mis d'accord sur un seul standard et avec cela, la capacité de mélanger les applications, ce qui peut être intéressant pour un hôtel. Le thème de la sécurité était assez présent tout comme celui des services au sein de la maison avec l'exemple du chef robot qui vous fait à manger sans aucune intervention de votre part.

Dans la partie retail, nous sommes définitivement entrés dans l'ère de la fluidification et de l'absence de caisse, même s'il n'est pas certain que dans nos pays européens, il soit acceptable et agréable de ne plus compter d'humain au sein d'un magasin. ■

PAROLES D'AMBASSADEURS



De gauche à droite Jean Valfort, Mickael Benfredj, Christophe Cervasel, Laurent Boissonnas et Hubert de Malherbe

«L'expérience CES s'est déroulée en 3 temps forts pour moi : la rencontre d'un groupe tout d'abord, la découverte de Las Vegas et sa dimension invitant à l'humilité, enfin, ce sont des tendances. La robotisation nous a particulièrement intéressés, nous, acteurs des Dark Kitchen. »



Jean Valfort, Fondateur du Groupe Panorama.



«Il ne faut pas aller au CES tout seul, il faut bien choisir sa délégation. Ce qui est important ce ne sont pas tant les innovations que vous allez voir que les échanges de points de vue que vous allez pouvoir développer sur ce que vous avez vu entre les stands ou dans les déplacements. »

Mickaël BENFREDJ, Fondateur de Patchwork.co

«Il était très intéressant pour un acteur de l'hospitality de mixer la visite d'hôtels de Las Vegas et visite du CES. Pour beaucoup Las Vegas, c'était les casinos et à présent, c'est un million d'autres choses que des casinos.



C'est devenu une véritable plateforme d'entertainment dont le but est d'attirer un maximum de gens et de la garder le plus longtemps possible. Cette capacité est passionnante à observer pour un professionnel de l'hospitality. »

Laurent BOISSONNAS, Directeur Général d'Open Golf Club. >



«La réalité, c'est qu'en allant à Las Vegas, je voulais avoir la vision de ce que pourrait être le monde demain. C'est chose faite et si je pouvais y retourner dans ces mêmes conditions, j'y retournerai avec passion et curiosité. »

Christophe Cervasel, Fondateur de Atelier Cologne.

«La taille du CES 2020 est inouïe et s'y côtoient des start-ups, des grands groupes. Je suis allé à Las Vegas pour y capter cette créativité.

Ce qui est formidable au CES 2020, c'est d'entrer

dans un monde réel d'acteurs des solutions. »

Hubert de MALHERBE, Président du Groupe Malherbe.



«Aller au CES pour moi était un peu compliqué, et pour tout dire, ça l'est. Ce qui nous a convaincu de nous rendre au CES 2020 était l'organisation proposée par EXTENDAM et Bpifrance et l'intelligence d'aller chercher le Hub Institute pour nous accompagner et nous guider car le CES seul ne permet pas d'identifier les innovations comme nous avons pu le faire. »

Grégory POURRIN, Directeur Général de Paris Inn Group

«Ce qui était passionnant était la manière dont était composé notre groupe : assez hétérogène et complémentaire dans les métiers, tout cela dans la plus grande cohésion. Cela est très utile pour nous inviter à voir et à analyser les innovations que nous repérons de différentes manières, avec un autre regard, une autre matrice d'analyse. La cohésion extraordinaire de notre groupe et cette multiplicité d'analyses étaient les véritables richesses de ce voyage. »

François DURBULE, Président de ValueState



«Je suis allé à Las Vegas avec des yeux d'enfants, en me disant qu'est-ce que je vais pouvoir découvrir et lesquelles de ces découvertes pourront s'appliquer dans un hôtel. En arrivant sur place, l'élément qui m'a le plus surpris est le caractère très humain de cet événement où l'on a le temps et les opportunités d'échanger avec de nombreuses personnes, que ce soient des start-ups ou de grands groupes, sur la genèse de leurs innovations ou le stade de développement de ces innovations. »

Gérard BIART, CSEP Hospitality

«Le CES pour moi a été une leçon d'humilité car à Las Vegas, les hôtels ne sont pas du tout à la dimension européenne et peuvent faire 1 million ou 14 millions de chiffre d'affaires par jour par exemple, sur un terrain de jeu un peu spécial qu'est le désert. Cela donne de l'énergie comme la conviction que tout est possible et qu'il faut oser. »

Charles YAMINI, Directeur de FTS Finances. ■



FOCUS XII

Ce bel événement de restitution s'est conclu sur la présentation plus approfondie d'une start-up stratégique repérée par la délégation de la Mission CES Tourisme 4.0. Extrait de l'intervention de William Eldin, Directeur de XXII.



William Eldin, Directeur de XXII.

« **X**XII a maintenant 5 ans et s'est concentrée sur un fait : la vision est un capteur essentiel et la fondation de l'intelligence humaine.

Nous avons débuté en 2015 par la création de 3 moteurs : reconnaissance de squelettes, des process d'apprentissage des objets et du multivideo stream car nous nous servons de caméras existantes pour pouvoir installer nos algorithmes. En 2017, il faut se confronter au monde réel. Pour cela, nous avons choisi de nous concentrer sur 3 axes : la sécurité, le retail et l'industrie. Le temps des «use cases» était arrivé mais nous étions en pleine période de mise en application du RGPD, ce qui a ralenti le cycle de vente.

Aujourd'hui, en 2020, notre objectif est la distribution de ces algorithmes en mode plateforme et de pouvoir équiper de nouveaux secteurs comme l'hôtellerie ou la restauration. La smart city est une belle partie de notre terrain d'intervention pour laquelle nous parvenons à faire du zoning intelligence, comme de la gestion de flux, du comptage, de la mobilité et de la sécurité. Nous sommes actuellement en train de réfléchir sur la

reconnaissance faciale pour la gestion des droits d'entrée et de circulation dans des espaces de coworking. Nous intervenons aussi sur l'industrie 4.0 pour laquelle nous intervenons à la fois en contrôle qualité et en traçabilité. Le transport enfin est une grande partie de notre activité puisque nous travaillons pour la SNCF ou ADP, notamment sur la gestion des bagages abandonnés, leur détection et l'alerte qualifiée. Nous travaillons également sur la fluidification de la gestion des avions et son monitoring. Enfin, le retail nous y sommes allés grâce à notre capacité de tracking d'images et d'analyse des mouvements humains afin de réduire le vol dans certains magasins de grandes chaînes ou tout simplement le calcul d'un panier.

Nos trackings ne sont pas biométriques, conformément à la loi, et nous anonymisons les personnes de manière automatique. Pour la reconnaissance faciale, il faut être consentant donc elle est applicable dans des systèmes privés. C'est important de prendre la technologie pour ce qu'elle est et ce qu'elle sait faire. » ■

CONTACTS



Bertrand Pullès

Directeur Associé - Gérant
Extendam
Tél. : 01 53 96 52 54
pulses@extendam.com



Pedro Novo

Directeur Exécutif en charge
de l'Export Bpifrance
Tél. : 01 53 89 96 09
pedro.novo@bpifrance.fr

EXTENDAM
CAPITAL PARTNERS IN HOSPITALITY

79, rue La Boétie - 75008 Paris
Tél. : 01 53 96 52 50 - Fax : 01 53 96 52 51 - www.extendam.com
SGP agréée par l'AMF sous le numéro GP-13000002
SA au capital de 1 800 000 €
RCS Paris B 789 931 318

SUIVEZ NOTRE ACTUALITÉ SUR NOS PAGES  