

Tasmanie



Consumer
Technology
Association®

TASMANE au **CES 2024**
Las Vegas

DAILY #2



L'édito de François Koehl

Nous voici au deuxième jour du CES.

Nos synthèses, comme vous le comprenez, ne cherchent pas à être exhaustives, mais plutôt à mettre en avant nos découvertes. Elles se regardent sur la durée des 4 jours avec, au bout de la semaine, un ensemble d'articles et de témoignages.

Ce deuxième numéro revient, par les messages de Gary Shapiro, sur les 100 ans du CTA et son engagement pour la campagne « **Human Security For All** », avec une surprise de taille ! Celle de passer de 7 à 8 piliers ! rendez-vous sur la page suivante...

Par ailleurs, cette deuxième journée au CES a mis en avant un acteur français de renom - le groupe L'Oreal - mettant en lumière l'importance de la BeautyTech et le positionnement du Groupe sur de nombreuses innovations technologiques.

Ce deuxième Daily est l'occasion de lever le voile sur un des secrets de fabrication de ce Daily : une équipe doublée. En partie si place l'équipe à Las Vegas qui produit le Daily en arpentant le CES, complétée par l'équipe à Paris qui finalise ce document. J'en profite pour les remercier tous.

Dans le Daily de demain, des articles écrits par l'équipe de Paris viendront renforcer le Daily. Notre manière d'illustrer que le CES, post COVID, reste un CES Hybride.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et vous donnons rendez-vous demain !

François Koehl — Senior Partner — Associé Tasmane



Précautions :

Nous tenons à préciser que vous trouverez dans nos Dailys un mix entre les images prises sur place, au CES de Las Vegas, et celles tirées des vidéos et documents fournis par la plateforme digital.ces.tech et du visionnage des vidéos, de documents qu'elle publie. Cette deuxième catégorie d'images appartient de droit à leurs propriétaires et sont utilisées, en lien avec la vocation du CES, dans le but d'exposer au plus grand nombre les innovations portées par les marques.

Messages de Gary Shapiro

Comme chaque année, il est de coutume que Gary Shapiro lance le CES lors de la première Keynote.

Un des messages de ce jour montre que le CTA (Consumer Technology Association) a 100 ans. C'est en 1924 qu'est né le premier groupement autour d'une technologie phare : la radio ! À cette époque, la radio n'est pas qu'une technologie, elle annonce des changements forts dans les habitudes et un accès différent à l'information, la musique... en tant que telle, c'était déjà une technologie porteuse d'un impact sociétal.



Le deuxième message, était la position prise en janvier 2023 par le CTA pour la campagne « **Human Security For All** ». À l'époque, HS4A impliquait 7 piliers. Et en 2024...



... HS4A est passé de 7 à **8 piliers** !

Il est intéressant de constater ici que Gary Shapiro a honoré son deuxième rendez-vous sur ce thème et que, depuis, un 8^e pilier est apparu : **l'accès à la technologie**. Dans la droite ligne du CTA il s'agit bien ici de considérer que les barrières d'accès à la technologie privent des populations entières de l'accès à l'information, à la santé, à la connaissance, à l'éducation...

Le mot d'Emmanuel

Du gadget exploratoire à l'évolution des produits déjà matures, l'IA est partout dans ce salon. En 14 mois, cette technologie est passée de la vision à la pratique. Y a-t-il des exposants qui n'intègrent pas une ou plusieurs IA dans leur produit ?

Access to Technology

As one of the most powerful tools enhancing the human experience today, technology at its core helps us do more with less. Having access supports communities worldwide in the sharing of vital information related to combating disease, ensuring sustainable food practices, energy efficiency, access to clean water, and so much more.

Cette première journée me confirme qu'un futur plus digital et technologique se dévoile sous nos yeux, dans toute sa diversité et sa créativité.

Être sur place nous fait ressentir la **puissance** et la **vitesse de cette force d'innovation**.

Être sur place nous fait entrevoir l'impact potentiel sur nos vies et notre société.

Être sur place nous donne parfois le vertige.

Emmanuel De Valverde — Associé Tasmane



Deux Keynotes : L'Oréal et Walmart

01. L'Oréal, donner confiance par la beauté

Quel bonheur et quelle fierté de voir une entreprise française animer la très attendue Keynote d'ouverture du CES ! Qui plus est L'Oréal, le leader de la beauté, plus connue du public pour sa capacité d'innovation chimique que technologique.

Nicolas Hieronimus (CEO) commence par présenter la mission du géant des cosmétiques, à un parterre venu pour une conférence technologique. Rappelant le rôle historique de la beauté : pour apporter la confiance, pour aider l'intégration... et comment L'Oréal a transformé cet univers depuis sa création. Depuis 10 ans, le Groupe collectionne pourtant les trophées au CES avec ses multiples concepts dévoilés chaque année, et ce avec une régularité dont beaucoup d'entreprises technologiques rêveraient.



Nicolas Hieronimus est revenu sur les trophées déjà acquis et en a dévoilé deux nouveaux.



- **Water Saver**

Un robinet qui limite la consommation d'eau pendant un shampoing, en « fractionnant » les gouttes d'eau et en pulsant le jet à haute pression

- **ColorSonic**

Un appareil de coloration des cheveux à domicile. Avec une influenceuse de poids pour faire une démo en vidéo, puis sur scène : Eva Longoria.

- **Hapta**

Un applicateur de maquillage pour les personnes dont la mobilité est limitée.

- **Rouge Sur Mesure**

Pour créer la couleur de rouge à lèvres adaptée au teint et au maquillage.

Poussant la démonstration assez loin, L'Oréal a mis en avant Eva Longoria qui s'est prêtée, avec humour, à la mise en avant d'un produit qui permet de colorer ses cheveux depuis chez soi. Technique qu'elle a, semble-t-il, adoptée depuis la période Covid.



Puis, Eva Longoria a rejoint l'équipe L'Oréal sur scène.



Cette année, L'Oréal dévoile **Beauty Genius**, un assistant qui analyse le visage de l'utilisateur et lui conseille un traitement ou un maquillage adapté à un contexte donné. L'application exploite et orchestre un nombre impressionnant d'IA : outre 10 LLM, elle fait appel à des intelligences d'analyse et de génération d'images pour fonctionner.



Comme à chaque grande Keynote de 2024, l'innovation tourne autour des IA. Et comme à chaque présentation cette année, l'entreprise illustre le caractère révolutionnaire de cette technologie en évoquant la **Data associée à sa mise au point** : le moteur a été entraîné avec plus de 150 000 images, des centaines de milliers de conversations clients en magasin, connaît 10 000 produits et pioche dans 700 références de la marque pour faire ses recommandations.



L'Oréal dévoile aussi un nouveau produit physique, le AirLight Pro : un sèche-cheveux qui préserve l'intégrité du cheveu (Dyson doit se sentir visé), en ajustant la température en permanence.

L'Oréal insiste sur le fait que ces innovations technologiques physiques et/ou digitales sont au service des clients et produits du Groupe.



02. Walmart, la technologie au service de l'humain

La technologie au service des humains. Et pas l'inverse. C'est aussi le message central de Walmart, autre grand habitué du CES. Walmart cherche comment simplifier l'expérience d'achat de ses clients avec la technologie.



Cette année, le géant de la distribution annonce plusieurs lancements et l'amélioration de services existants, à destination de ses clients et de ses collaborateurs.

Walmart commence avec Sam's Club, sa marque de retail low-cost réservée aux membres inscrits. La marque fait évoluer son application Scan & Go qui permettait déjà d'éviter de scanner chaque article en caisse. **Le client peut désormais payer sur son application pour éviter le passage en caisse.** Un concept déjà testé par Amazon avec « Amazon Go », et basé sur une technologie plus complexe de capteurs.

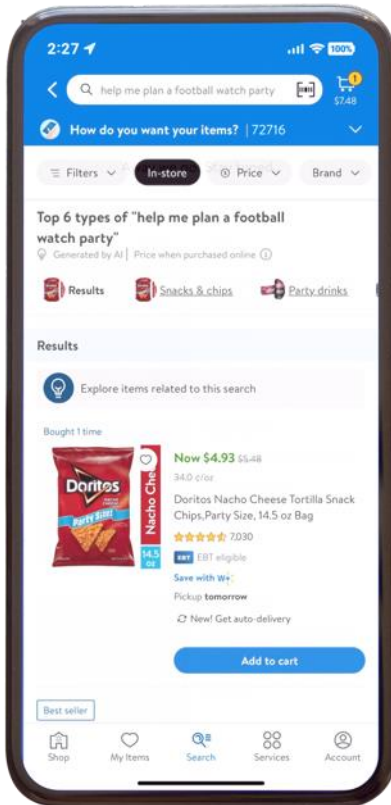




Shop With Friends: une expérience « d'achat social » virtuelle qui permet de faire voter ses proches pour choisir la tenue que l'on souhaite acheter, après avoir essayé virtuellement plusieurs vêtements affichés en réalité virtuelle.

Home Replenishment: un service de « remplissage automatique du réfrigérateur » tirant parti de l'IA pour prédire individuellement le bon moment pour livrer chaque produit en fonction de la fréquence d'achat passée. Le service inclut la livraison « dans votre frigo », même en votre absence.





L'application Walmart évolue également grâce à l'IA, en proposant des produits adaptés à un besoin défini

En annonçant que l'on a invité quelques amis autour d'un match de sport, l'application propose d'acheter des chips, de la bière et une télévision de 90 pouces.

L'entreprise donne des nouvelles de son **projet de livraison par drone en moins de 15 minutes**. 75 % des articles sont éligibles à la livraison et 20 000 commandes ont été honorées par ce mode de livraison en 2023.



Walmart annonce étendre ce pilote à la ville de Dallas, dont 90 % des habitants seront éligibles dans les semaines à venir. Objectif : livrer ces petites commandes (typiquement un oubli ou un ingrédient manquant en pleine cuisine) en moins de 10 minutes.



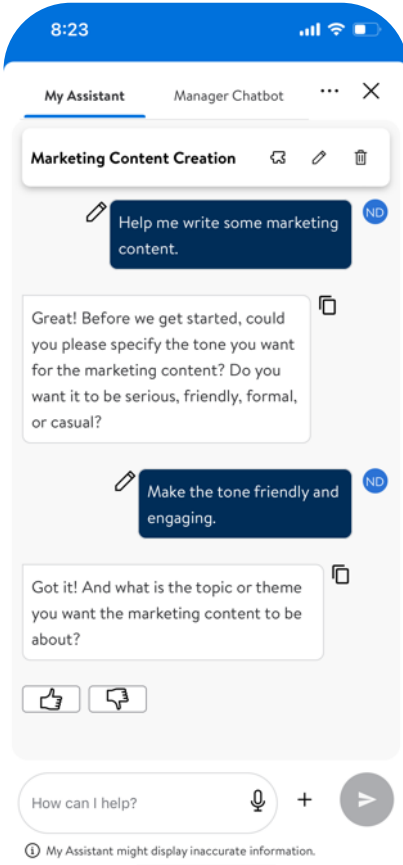
L'IA prédictive vient optimiser le cycle d'approvisionnement des produits chez les fournisseurs, et les livraisons en magasins. L'analyse de la météo permet par exemple de prédire le meilleur moment pour mettre des fraises en rayon, en optimisant également le délai entre la cueillette et la mise en rayon.



- **Le volet RH**

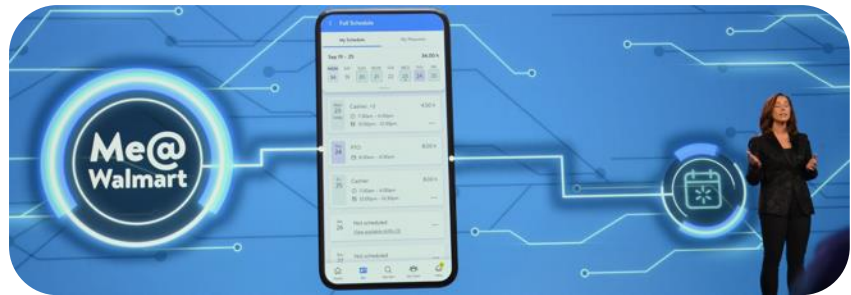
C'est assez rare pour être souligné, Donna Morris (Chief People Officer) est alors appelée pour parler de l'**expérience collaborateur**, qu'elle définit comme devant être « **du même niveau que celle des clients** ».





Outre une App interne qui intègre la plupart des besoins du collaborateur (planning, formation, achat d’actions), l’entreprise multiplie les applications de l’IA sur les cas d’usage opérationnels pour créer un « **retail adaptatif** » :

Management de l’inventaire, prédiction logistique, création et rédaction de contenus, calculs et prévisions de ventes.



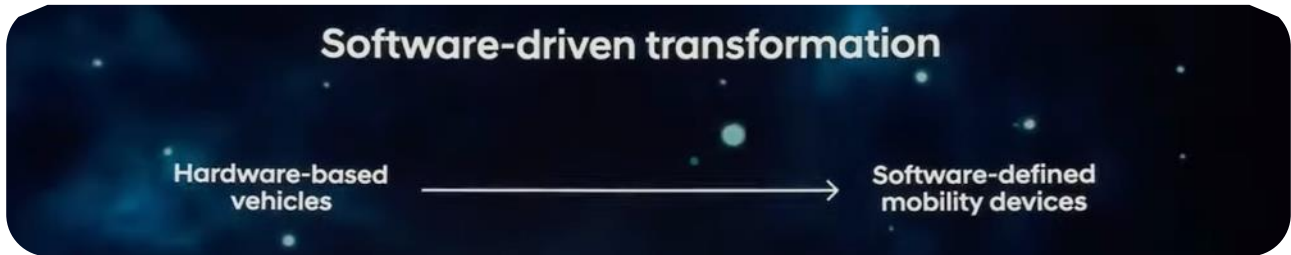
Siemens, L’Oréal, Walmart... : Les grandes entreprises nous montrent que toutes les industries et toutes les populations sont concernées par la révolution de l’IA, dès aujourd’hui. Et rappellent que chaque entreprise, quel que soit son secteur d’activité ou son cœur de métier, doit aussi être une entreprise technologique pour continuer à se développer.



Les grands noms

01. Hyundai

Hyundai a introduit l'avenir de la mobilité électrique en montrant la transition en cours depuis la vision très physique des véhicules jusqu'à la vision poussée par le software : **Software-Defined Vehicle** (SDV).

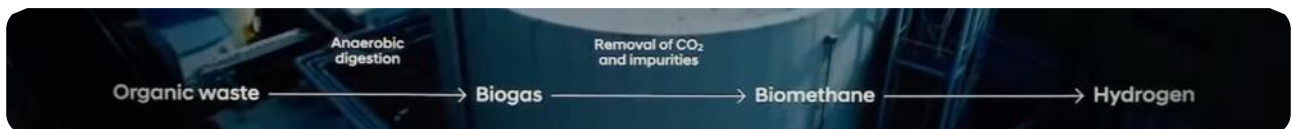


Hyundai a, en complément, réaffirmé son attachement à l'hydrogène comme une énergie saine, sécurisée et accessible : **L'hydrogène depuis les matériaux organiques et les plastiques**.

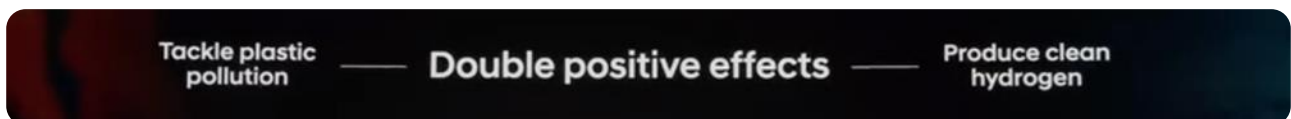


Hyundai a fait une démonstration de production d'hydrogène à partir de déchets organiques ou de plastiques de récupération.

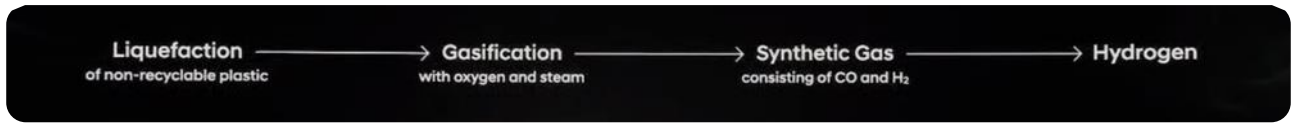
C'est en passant par la digestion anaérobique initiale (qui s'appuie sur des micro-organismes qui permettent de créer du biogaz) que va se créer ensuite l'hydrogène. Ce procédé n'est pas sans rappeler le procédé du corps humain.



Pour aller plus loin, Hyundai s'attaque à la création d'une filière qui participe, en même temps que la création de l'hydrogène, au problème de la pollution plastique.



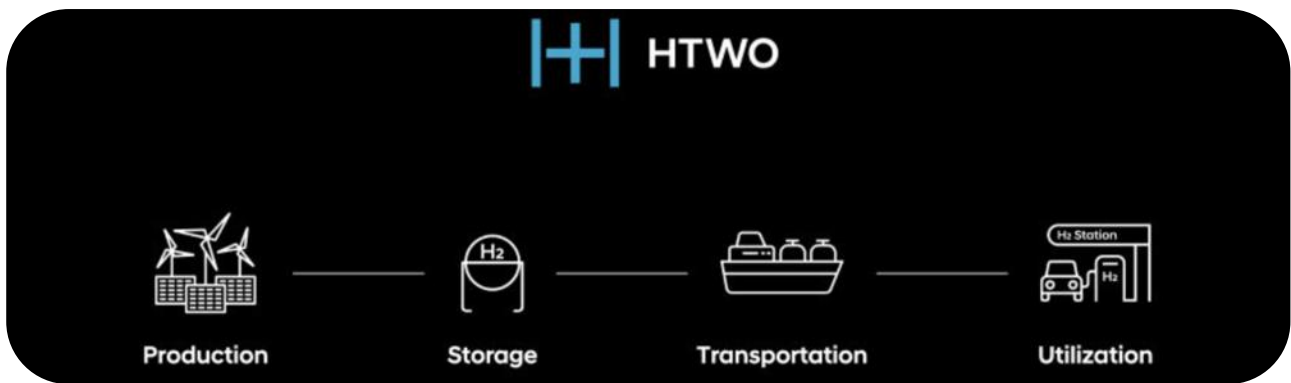
Le procédé est différent de celui des matières organiques en ce qu'il commence par une étape de liquéfaction pour ensuite traiter les étapes de gazéification.



Hyundai entend **déployer un modèle plus local de production d'énergie** au travers de mini hub de production d'hydrogène.



Hyundai vise la filière complète : Hyundai entend agir sur tous les terrains.



Hyundai se montre soucieux d'étendre l'utilisation de l'hydrogène dans des zones actuellement non pourvues de stations. Pour cela Hyundai a mis au point le « H Moving Station » qui est une station de recharge mobile qui peut se déplacer.



La prochaine étape sera de couvrir de manière régionale le territoire américain à l'aide des hubs d'hydrogène.



Fort de cela Hyundai entend poursuivre la sortie de véhicules à hydrogène avec une nouvelle version en 2025 de la NEXO.

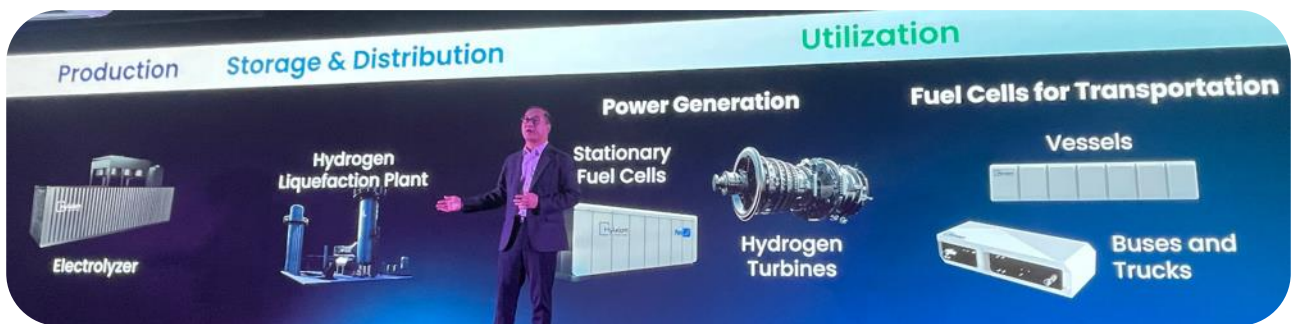


02. Doosan

Doosan, créée il y a 128 ans, est la plus ancienne société Coréenne. Doosan intervient sur plusieurs marchés.

- **L'hydrogène**

Doosan est positionnée sur le secteur de l'hydrogène et produit plusieurs types d'éléments.



- **Bobcat**

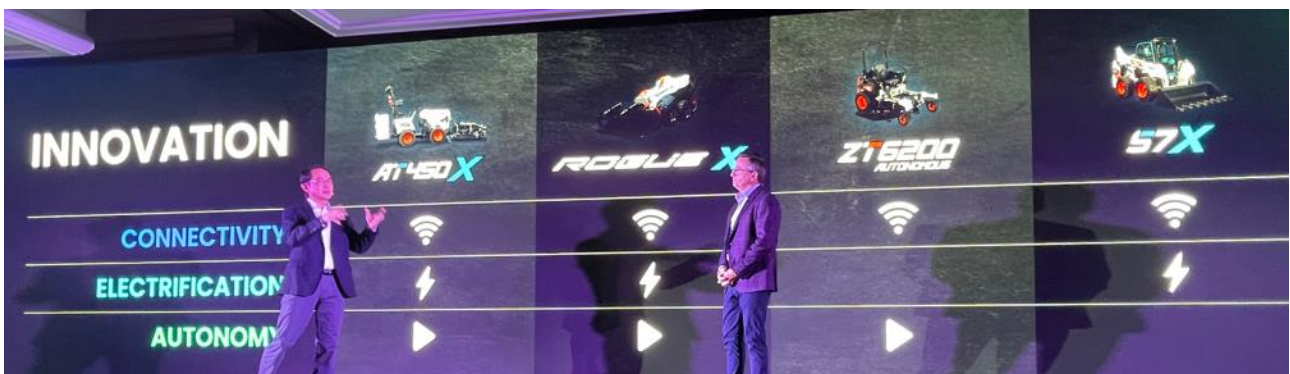
Une des marques emblématiques de Doosan, Bobcat, est connue pour ses engins de levage à la silhouette reconnaissable. Bobcat est aujourd'hui leader sur le segment des engins de manutention compacts.



Cette gamme, électrifiée, est aujourd’hui en pleine expansion, via la présentation de nouveaux modèles.



Avec de nouveaux véhicules qui se positionnent sur le triptyque **électrique/connecté/autonome**.



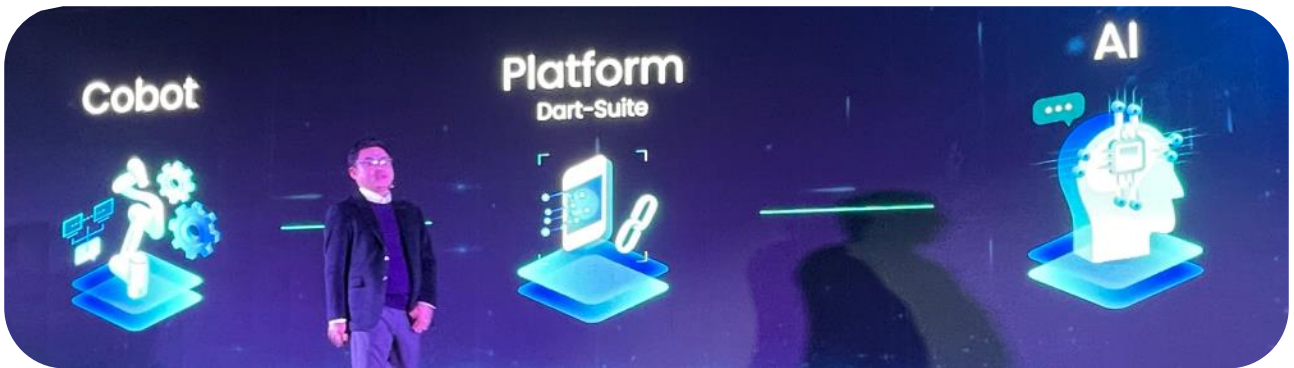
- **AT450 X** : tracteur autonome articulé
- **Rogue X** : concept de machine complètement autonome
- **57 X** : élévateur compacteur électrique
- **Robots**

Mais Doosan est également un acteur dans le segment des robots, sur lequel il est # 1 en Corée et # 4 au monde.



- Plateforme et IA

Enfin, Doosan est un acteur de la technologie en proposant une offre de Cobots (Collaboration entre l'humain et le robot) dans le cadre de sa plateforme Dart-Suite. Elle contribue à une forte évolutivité en permettant aux utilisateurs de créer leurs propres modules en s'appuyant sur l'IA.

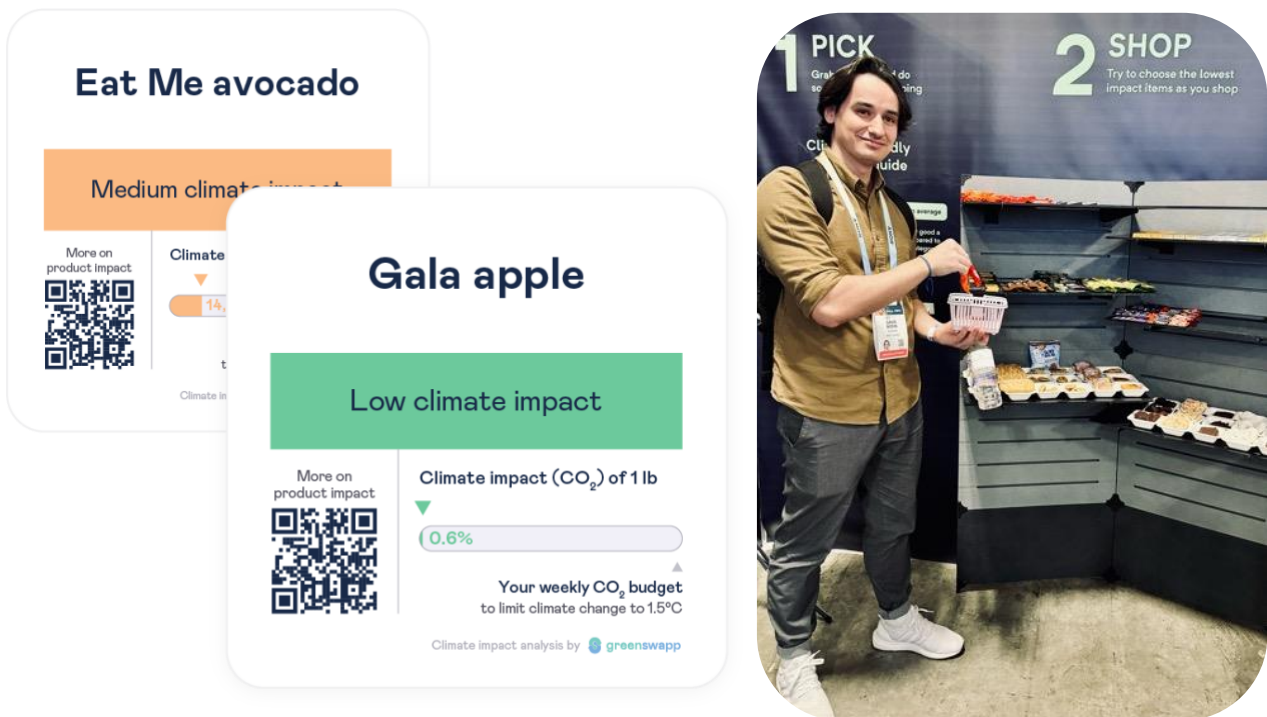


Les innovations

03. GreenSwapp AI – Yuka version impact environnemental

Vous avez l’habitude de vérifier les valeurs nutritionnelles des produits avant d’acheter ?

La startup hollandaise GreenSwapp propose de mesurer l’impact environnemental des aliments. En effet, son IA cherche la composition d’un produit avant de déterminer l’impact de chaque ingrédient pour calculer le bilan carbone total du produit.



Une technologie proposée en priorité aux acheteurs de la grande consommation alimentaire (GSA), aux magasins et aux industriels alimentaires, pour **optimiser**, **afficher** et **communiquer** plus facilement le **bilan carbone de chaque produit**.

04. Solos — Smart Lunettes - Coup de du jour

La marque américaine de nanotechnologie Solos était déjà connue pour ses excellentes lunettes connectées équipées de micros et de transmission de l’audio « open-air ». Elles permettaient déjà d’amplifier le son, d’écouter un média ou de téléphoner, toute en évitant d’obstruer les oreilles.

Solos intègre désormais un traducteur et assistant en temps réel, fondés sur une IA générative.



Cette innovation promet une **conversation entre deux personnes parlant des langues différentes de façon fluide**. L'assistant permet aussi de répondre à tout type de questions, de guider l'utilisateur, ou d'écrire ce qu'on lui dicte dans une note du smartphone.



Un coup de cœur ♥ pour cette technologie qui s'affranchit d'un écran et offre une expérience vraiment naturelle !

05. ChatFAQ

Contrecoup : le quasi-homonyme de ChatGPT, contrairement à son nom, n'est pas une solution de FAQ augmentée par l'IA. ChatFAQ est un assistant pouvant s'intégrer sans couture dans une organisation afin de permettre à des utilisateurs néophytes de tirer le plein potentiel de l'IA Générative.

Pour réussir cela, il **s'appuie sur les données de l'entreprise** tout en **respectant les standards légaux et techniques** régissant les attentes des organisations européennes.

En traitant la demande et en adaptant son contenu au contexte de l'entreprise utilisatrice afin de créer un prompt sur mesure, ChatFAQ facilite la montée en compétences des équipes internes tout en diminuant le besoin d'acteurs à mobiliser.

La startup basée à Madrid propose une alternative aux formations pour les entreprises en utilisant l'IA. Elle met à disposition une assistance qui élimine le besoin même d'acquérir cette compétence.



06. Mobinn M3 robot

MOBINN, filiale de Hyundai, présente un robot qui peut naviguer dans les escaliers, notamment grâce à ses roues flexibles et son sens de l'équilibre.

Le M3 est un robot de livraison, déjà déployé en Corée. Le M3 doit pouvoir livrer « n'importe où », « à tout moment ». La boîte de chargement est constamment maintenue à l'horizontale. Il se repère dans l'espace grâce à son LIDAR, qui lui permet d'anticiper le relief du sol. Il ne reste plus qu'à le tester dans toutes les conditions climatiques défavorables (pluie, brouillard, neige).



07. Glidance, une aide au déplacement des non-voyants

En tenant la poignée ergonomique de Glide d'une main et en marchant à son rythme, Glide guide simplement son utilisateur en orientant ses roues.

Grâce à la détection des obstacles, la navigation se fait en toute confiance dans les zones très fréquentées.

Grâce à sa caméra et à ses capteurs, il détecte et dirige vers des points de repère. L'appareil est doté d'une poignée haptique et d'un système de freinage automatique lorsque vous arriverez à destination.



08. Palmlug



Le gant de Palmlug suit les mouvements de la main grâce à des capteurs placés sur chaque doigt et chaque pouce, avec un capteur principal reposant sur le poignet.

Tous sont dotés de capteurs de **mouvements haute-fidélité**, connectés qui fournissent un retour d'information en temps réel. Le gant est doté d'un **retour haptique, par vibration**, pour indiquer à l'utilisateur qu'un mouvement voulu a été capturé.

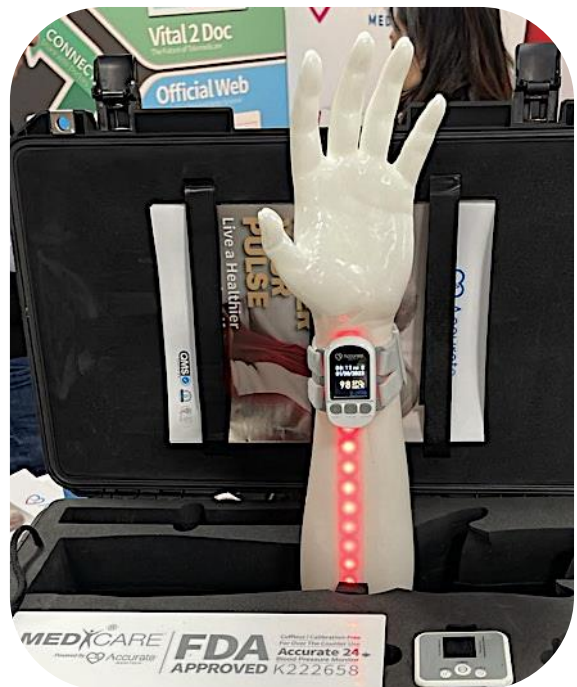
Le gant est livré avec un SDK (plateforme de programmation) et peut s'intégrer à des applications médicales (entraînement après un AVC, rééducation), à des applications de réalité virtuelle, voire à des jeux vidéo.

09. Accurate 24 BPM

Accurate 24 BPM est aujourd'hui capable de mesurer la tension artérielle **sans mesure manométrique**.

Cela combine les mouvements artériels par le biais de la vitesse de l'onde de pouls, ainsi que d'autres signes vitaux, tels que la SPO2, les paramètres artériels, etc.

Ce capteur est aujourd'hui approuvé par la FDA Américaine, qui le positionne dans les outils de santé.

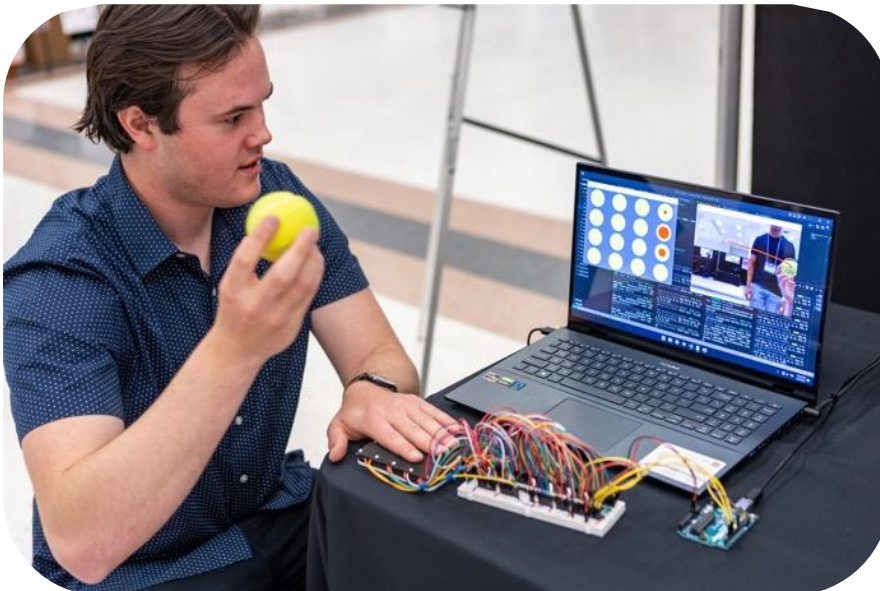


10. OneCourt

Combiner l'haptique et l'expérience de suivre un match, c'est maintenant une réalité grâce à OneCourt, une start-up de Seattle.

L'expérience d'un supporter malvoyant ou non-voyant passe aujourd'hui quasi exclusivement par la radio. Aujourd'hui, l'un des points de douleur reste le décalage entre le moment où l'action a lieu et le moment où elle est commentée. **OneCourt change complètement cela avec sa solution qui envoie directement des données depuis le terrain vers son pavé numérique**(de la taille d'une tablette) via des stimuli tactiles.

Les utilisateurs peuvent ainsi suivre les mouvements de la balle et des joueurs avec leurs doigts au fur et à mesure que l'action se déroule, créant **une expérience en temps réel**. Le pavé n'est pas qu'un indicateur de position et est capable de distinguer entre une passe ou un tir lors d'un match de football, ou un rebond et une passe lors d'un match de basketball.



Les ligues majeures de sports nord-américaines (NFL, NBA, MLB, NHL) diffusent les positions en temps réel des joueurs et de la balle. Ainsi, OneCourt récupère ces informations et les transmet à un affichage haptique cadré par une ligne tactile représentant les limitations du terrain.

Si le marché américain est un terrain de jeu familier et favorable pour OneCourt, les ligues européennes et asiatiques pourront représenter un axe de croissance important pour la start-up fondée à l'Université de Washington.