

Comment Ikea présente toute son offre sur neuf mètres carrés 🇸🇪

A Paris, l'enseigne suédoise inaugure une expérience immersive virtuelle qui projette en trois dimensions les 10.000 références du catalogue ainsi que des dizaines d'ambiances de cuisines, de salles de bain, de chambres ou de salons.



Ikea teste à Paris un atelier virtuel immersif qui présente, sur neuf mètres carrés, toute l'offre d'un grand magasin. (SYSPEO/SIPA)

Par **Philippe Bertrand**

Publié le 12 avr. 2023 à 17:47 | Mis à jour le 12 avr. 2023 à 19:26

Ikea réalise le rêve de tous les distributeurs : la présentation d'une offre large sur une toute petite surface. L'enseigne suédoise de meubles a installé avenue Daumesnil, à Paris, la deuxième version d'une expérience immersive testée l'an passé dans la discrétion de Perpignan.

Trois projecteurs accrochés au plafond envoient sur les murs qui forment un carré de trois mètres sur trois les photos animées de cuisines, de salons, de salles de bain ou de chambres. Les soixante ambiances présentent des meubles et des accessoires Ikea. Le

client spectateur se croit dans la pièce d'une maison. Un chat joue sur le parquet et les branches des arbres bougent à travers la fenêtre.

Un clic sur la borne écran de contrôle et s'affichent les prix de chaque objet à côté de leur QR Code. Il suffit de photographier les codes avec son téléphone pour [ouvrir le site marchand de la marque et passer commande](#).

Photo de la pièce du client

La même « boîte » visuelle permet de regarder en taille réelle tous les articles (environ 10.000) du catalogue qui sont projetés en trois dimensions. Un doigt sur l'écran de commande les tourne dans tous les sens.

« Il s'agit d'une expérience mondiale, se réjouit Christophe Cadic, directeur digital d'Ikea France. Les photos en 3D viennent de la maison mère mais le concept a été développé en France avec la start-up de réalité virtuelle UGLA. » Il bénéficiera bientôt d'améliorations. Cet été, le site Ikea.fr et son application téléphonique s'équiperont d'Ikea Creativ, une technologie créée par Geomagical Labs, une jeune pousse californienne acquise par le géant du meuble en 2020.

LIRE AUSSI :

- **Ikea déménage à Paris de la Madeleine vers Italie Deux**

Le client prendra sa pièce en photo. L'application, avec l'aide de l'intelligence artificielle, calculera les dimensions. Intégré à l'expérience immersive, le procédé permettra la visualisation de la cuisine du client avec la possibilité de la concevoir de A à Z avec les portes de placards, les couleurs, les poignées souhaitées. A terme, ce sera utilisé par les « planners » qui, aujourd'hui, dessinent les plans sur ordinateurs.

L'installation de l'expérience immersive au coeur [du nouvel atelier de conception](#) qu'Ikea a ouvert mercredi au 135, avenue Daumesnil, dans le prolongement du Village des arts et de ses arcades qui soutiennent la coulée verte, à côté d'un grand Leroy Merlin, ne relève pas du hasard. Christophe Cadic annonce deux autres modules immersifs, l'un à Paris et l'autre à Toulouse. Un développement international suivra si le siège du groupe valide l'expérience pour de bon.