

Publié le 1 septembre 2015

Connecté, le commerce parisien devient plus CoSto

Avec le programme CoSto (Connected Stores Paris), lancé début 2015, la Semaest veut aider les commerçants à exploiter le potentiel du numérique et ainsi favoriser la rencontre entre l'innovation et l'économie de proximité.



« Avec CoSto, notre ambition est d'aider les commerçants à s'approprier le numérique pour développer leur visibilité et leur chiffre d'affaires », confie **Sabrina Le Bourgeois**, responsable communication, marketing et partenariats de la Semaest, Société d'économie mixte de la Ville de Paris. Ce programme doit en effet permettre aux 653 commerçants indépendants du réseau (boulangeries, épiceries, fleuristes, boucheries, cavistes, créateurs, etc) de s'adapter à **l'évolution des modes de consommation et à la généralisation du numérique**.

Expérimenter des solutions innovantes

Trois grands axes sont proposés. Les rencontres « CoSto on the road » visent à **informer et former les commerçants** sur des thématiques liées au numérique (fidélisation, paiement sans contact, réseaux sociaux, géolocalisation, etc.). Trois rencontres ont déjà eu lieu et une 4^e se tiendra en septembre dans le 12^e arrondissement de Paris. Ensuite, le « living lab Costo » permet aux commerçants d'**expérimenter des solutions numériques dans leur boutique**. Un appel à projets lancé en avril 2015 a permis de sélectionner, parmi 78 dossiers reçus, les technologies de 11 start-ups sur la thématique de la fidélisation. Ces outils, ainsi que 6 autres non liés à la fidélisation, ont été présentés lors d'un « Costo dating », aux commerçants qui pouvaient faire le choix de tester tout ou partie de ces solutions jusqu'à la fin de l'année.

« Ce premier living lab du commerce de proximité offre la possibilité d'expérimenter gratuitement des solutions comme des bons plans géolocalisés, le paiement mobile, le « clic and collect », c'est-à-dire l'achat en ligne et retrait en magasin, etc... », précise Sabrina Le Bourgeois. Un second appel à projets sur le thème de la visibilité est prévu avant la fin de 2015. Enfin, dernier volet du programme, le « CoStore » ouvre des **boutiques éphémères** connectées et partagées pour permettre aux commerçants de tester un nouveau concept ou de confronter leur offre à un nouveau marché. Trois boutiques éphémères ont déjà été ouvertes et la Semaest lancera un appel à projets pour définir les futures thématiques et sélectionner les candidats qui seront prochainement accueillis dans ces lieux.

Elsa Bellanger/Naja