

Publié le 22 avril 2015

Des « pop-up stores » pour Paris

CoSto, le réseau des commerçants parisiens connectés impulsé par la Semaest, développe le concept de « pop-up store », boutique éphémère. Après un premier test en mars, la formule devrait être régulièrement déclinée en fonction des opportunités. Elle s'inscrit dans une démarche plus globale de recherche de solutions innovantes pour le commerce de proximité de demain.



L'ouverture d'un pop-up store a permis en mars à neuf créateurs-commerçants parisiens de se rassembler et de s'installer pendant dix jours dans une boutique éphémère. Parmi eux : La Frange à l'envers et sa sélection de vêtements d'occasion tendance, Cléalala avec ses illustrations et broderies maison, Louise Damas et ses bijoux faits main, ou encore Saisons d'Eden et ses cosmétiques « made in France ». L'occasion pour ces créateurs de mettre collectivement en avant leurs produits (habituellement vendus en ligne), mais aussi pour la Semaest (Sem d'animation économique parisienne à l'origine du projet) d'apporter des idées innovantes aux commerces de proximité tout en participant à la diversité commerciale d'une artère de la capitale qui souffre de mono-activité : la rue du Château d'eau, dans le 10^e arrondissement.

Lieu de rencontre entre l'économie de proximité et l'écosystème numérique, ce projet « pop-up store » s'est inspiré d'un concept de magasin temporaire lancé dans les années 2000 par de grandes marques aux Etats-Unis. L'objectif de la Semaest est maintenant de pérenniser cette formule commerciale originale. Un appel à projets sera lancé au cours des prochaines semaines auprès de commerçants, créateurs et startups pour une nouvelle édition dans une autre rue parisienne. L'ouverture est prévue d'ici à juillet sur le thème des commerces de proximité et de l'innovation. « D'autres suivront si la formule confirme sa pertinence », précise Sabrina Le Bourgeois, responsable

communication de la Semaest.

Des solutions pour le commerce de demain

Pour ouvrir cette boutique éphémère dans l'un des locaux qu'elle a acquis par préemption, la Semaest s'est appuyée sur CoSto, le réseau de commerçants connectés (Connected Stores) qui vise à doper l'activité des commerces de proximité grâce aux technologies numériques. Développé par la Sem, ce réseau compte aujourd'hui près de 200 membres (boulangeries, épiceries, fleuristes, boucheries, cavistes, magasin de jouets, mode, créateurs...) qui disposent d'un magasin et parfois d'un site de vente en ligne. Cette dynamique d'innovation doit déboucher d'ici à la fin de l'année à la naissance du premier « living lab » de l'économie de proximité. Ce dernier veut donner aux commerçants la possibilité « d'expérimenter et de tester des solutions innovantes pour le commerce de demain ». Un premier appel à projet a été lancé début avril auprès des start-up du numérique sur le thème de la fidélisation clients au service du commerce de proximité. Les solutions sélectionnées pourront être testées sur le terrain par un groupe de commerçants volontaires du réseau CoSto. « Commande en ligne, référencement, géolocalisation, fidélisation, paiement sans contact, livraison... sont autant de services que les commerçants peuvent s'approprier pour répondre aux demandes d'une clientèle de plus en plus exigeante », explique Sabrina Le Bourgeois.

Patrick Cros - Naja