

## « CoSto » : 95 innovations numériques testées par les commerces de proximité

**Début 2015, la Semaest lançait « CoSto », un programme qui permet aux commerces de proximité de tirer profit des outils numériques pour booster leur activité. Dès juin, elle organisait un premier « CoSto dating », où une quinzaine d'innovations étaient présentées aux commerçants. Depuis, 95 expérimentations sont en cours de déploiement chez les commerçants de proximité intéressés.**

Alors que les technologies et applications numériques changent nos comportements de consommation, que les usages évoluent et que le digital se généralise, la Semaest aide les commerçants et artisans de proximité à mieux s'armer face à ces évolutions.

Début 2015, la Semaest a lancé « Costo », une initiative originale qui permet aux commerçants et artisans d'utiliser les outils numériques pour booster leur activité. Commande en ligne, référencement, géolocalisation, fidélisation, paiement sans contact, livraison : autant de services à appréhender pour mieux répondre aux demandes de la clientèle.

En juin 2015, la Semaest organisait avec Paris&co un « CoSto dating » pour permettre aux startups retenues dans le cadre d'un appel à innovation, de présenter aux commerçants leurs solutions numériques en faveur de la « fidélisation clients par le numérique ».

La rencontre entre startups et commerçants fut concluante : 35 commerçants se sont portés volontaires pour tester une ou plusieurs solutions numériques dans leurs boutiques. Les expérimentations, démarrées début septembre, sont donc actuellement en cours chez les commerçants du réseau Costo, et se poursuivent jusqu'à la fin de l'année 2015.

En janvier 2016, un second appel à innovation sera lancé sur le thème de la « visibilité grâce au numérique ».

*« Ce premier living lab de l'économie de proximité permet de multiplier les rencontres entre les startups parisiennes et les acteurs de l'économie locale. C'est un bel exemple du dynamisme de*



Connected  
Stores  
Paris

*la métropole parisienne en matière d'innovation* » a salué Jean-Louis Missika, adjoint à la Maire de Paris, en charge du développement économique et de l'attractivité.

*« Les commerçants et artisans de proximité sont des piliers de l'identité parisienne, qu'il est essentiel de maintenir et d'accompagner dans la mutation de leur activité. Avec cette action originale, la Semaest met à leur disposition des outils innovants permettant d'accroître leur visibilité et leurs performances »* a ajouté Olivia Polski, adjointe à la Maire de Paris, en charge du commerce et de l'artisanat.

### **Les commerçants témoignent :**

*« Web commerçant est une solution très intéressante, cela me fait plaisir de savoir que des gens de toute la France peuvent offrir des chèques cadeaux numériques provenant de ma boutique pour faire plaisir à leurs proches. Cette expérimentation est vraiment un plus pour ma boutique. Cela me permet de gagner en visibilité, d'apporter de nouveaux services à mes clients et de les fidéliser »*

**John Wienk - Soap and the City** (produits cosmétiques pour le bain)

*« J'ai rencontré l'équipe de Partoo lors du Costo dating de juin, j'ai tout de suite accroché avec cette application. Elle permet en effet à ma boutique d'être présente sur presque tous les sites de référencement (Google, Pages Jaunes, Tripadvisor, Yelp...) en un seul enregistrement. C'est un véritable gain de temps et une formidable vitrine virtuelle pour ma boutique. »*

**Paula Simao - La caravelle des saveurs** (épicerie fine lusophone)

*« FunFid me permet en quelques clics d'informer mes clients de mes nouvelles créations. Grâce à cela j'ai pu attirer de nouvelles personnes dans ma boutique. C'est vraiment le but recherché. »*

**Elena Farah - La Pinata** (fabrication et vente de pinata)

*« Mes clients n'ont pas toujours de monnaie ou leur carte bancaire sur eux mais ils ont toujours leur téléphone. Grâce à Fivory et sa solution de paiement mobile, ils peuvent s'offrir l'objet qui leur fait plaisir. En plus, nous postons des actualités ou des promotions sur cette application qui permettent d'attirer de nouveaux clients. Quoi demander de mieux ? »*

**Cécile Krapf - La Passerelle** (concept-store)

### **Les solutions testées :**

- FunFid : carte de fidélité 2.0
- Rue Centrale : bons plans
- Les habitués : création de compte dans un commerce
- Treasure Hunt : acquisition de clients par le jeu
- Au pas de course : achat en ligne et retrait du produit en boutique (clic & collect)
- Fidcoupon : bons plans
- Partoo : synchronisation de contenu sur les sites de référencement
- Fivory : paiement par mobile
- Wits : géolocalisation, achat en ligne et retrait du produit en boutique (clic & collect)
- Web-commerçant : chèques cadeaux en ligne
- DuBonPain : interface web et commande en ligne chez les boulangers
- MyShops : plateforme de communication digitale pour les commerçants
- The Bubbles Company : objets connectés en magasin

### **Contact Presse :**

Sabrina Le Bourgeois / [s.lebourgeois@semaest.fr](mailto:s.lebourgeois@semaest.fr) / 01 43 45 00 05 – 06 81 70 41 75