

La nouvelle promotion du SAP.IO Foundry Paris façonne le futur du Retail

La nouvelle promotion du programme d'accompagnement de startups de SAP, le SAP.IO Foundry Paris, fait la part belle aux secteurs en pleine mutation. Usines connectées, blockchain, maintenance prédictive, Greentech... Les nombreux sujets du moment semblent converger vers un enjeu essentiel : l'évolution du retail.

Temps de lecture : minute

10 octobre 2022

Cette 8^e édition du programme SAP.IO Foundry Paris prolonge l'engagement du géant européen du logiciel et du cloud auprès des startups notamment françaises, comme en témoignent les 65 startups tricolores qui en ont déjà bénéficié. Avec, pour moteur, un mentorat de 5 mois, ponctué d'une exposition à la technologie SAP et aux interfaces de programmation d'application, les startups pourront en outre se voir proposer des opportunités de collaboration avec le groupe, ou avec son importante clientèle dans le monde entier.

L'expérience d'achat : un enjeu clé

Dans une infographie publiée par Keyrus, les tendances du Retail de demain font apparaître des attentes claires des consommateurs quant à la transformation du secteur. Quand 66 % des consommateurs préfèrent communiquer avec des marques sur Internet, 83 % pensent que l'avenir du shopping est hybride. Autre chiffre marquant : 61 % des personnes de la génération Z interrogées déclarent même qu'elles pensent oublier une

marque si celle-ci n'a pas de présence en ligne. La fameuse tendance du commerce phygital est déjà une réalité dans de nombreuses boutiques (click and collect, comparateurs sur mobiles en temps réel...), la crise sanitaire et les restrictions afférentes ayant, d'une part, montré que la maturité technologique était suffisante pour adapter certains modes de consommation et que les consommateurs et consommatrices y étaient également préparés d'autre part.

L'expérience d'achat est au cœur des solutions imaginées par bon nombre de startups de cette nouvelle promotion. Diakse, par exemple, développe et commercialise une solution de création de showrooms virtuels dans le métavers, quand Livebuy met au point - comme son nom l'indique - une plateforme d'achat en direct, basée notamment sur la force d'un contenu approprié poussé au bon endroit au bon moment à la bonne personne. La startup parisienne SmartPixels, elle aussi membre de cette nouvelle promotion, propose une solution de visualisation en 3D des produits à la vente en ligne. Là encore, cette solution, déjà utilisée entre autres marques de renom par Kenzo ou encore Berluti, est un véritable pas en avant pour l'expérience d'achat digitale d'aujourd'hui et de demain.

Progrès technologique et expérience phygitale, personnalisation, multiplicité des canaux, rapprochement du contenu et de l'acte d'achat, les tendances de la consommation de demain sont ici représentées.

De l'importance de la traçabilité et de l'authenticité des produits

L'expérience d'achat, si elle est un pilier évident de l'évolution attendue du retail, n'est pas le seul sujet abordé par les startups de cette nouvelle promotion du SAP.IO Foundry Paris. Attendues par le grand public sur les sujets d'Impact (tels que la transparence des produits et leur authenticité et leur traçabilité, notamment à la lumière des enjeux environnementaux

et sociétaux), les retailers savent l'innovation nécessaire. Or c'est aussi le rôle des startups que de proposer des solutions qui permettent aux acteurs plus traditionnels de se réinventer, d'innover. Là encore, la pandémie n'a fait que renforcer cette transition désirée par les consommatrices et consommateurs et de plus en plus portée par les marques. L'infographie de Keyrus (voir plus haut) montre par exemple que 90 % des consommateurs interrogés attendent des marques qu'elles s'engagent dans une ou plusieurs causes et les aident à mieux consommer. Le traitement des données, en accord avec les nouvelles réglementations RGPD, est un autre exemple de sujet incontournable du retail d'aujourd'hui et de demain, a fortiori dans un contexte de plus en plus digitalisé.

Or ces enjeux sont souvent entremêlés, faisant des solutions envisagées des réponses nécessairement protéiformes. C'est ainsi que des startups telles que Sorga Technology proposent par exemple d'accompagner les marques retail dans leur transformation digitale tout en réduisant leur consommation énergétique et en assurant la traçabilité et la transparence de leurs produits. C'est aussi le cas d'Ariane qui fournit aux entreprises les moyens d'entrer en contact plus direct avec les consommatrices et consommateurs, qui respectent le traitement de leurs données personnelles. La startup zurichoise CollectID s'est quant à elle emparée du sujet de la blockchain pour construire une solution d'expérience d'achat qui mêle digital et physique, rapprochant ainsi les univers de la marque, du produit et de son consommateur ou de sa consommatrice.

Odilia von Zitzewitz, Interim Lead SAP.iO Foundry Paris, se félicite de cette nouvelle promotion : "*Les startups membres de cette nouvelle cohorte répondent de manière innovante à des enjeux qui concernent pleinement le futur de nos modes de consommation. C'est passionnant de les voir à l'œuvre et d'imaginer construire ensemble des solutions positives pour l'avenir*".

Alors que la sélection définitive des startups participantes vient d'être annoncée, le programme d'accompagnement devrait commencer au début du mois d'octobre et se prolonger jusqu'au début de l'année 2023. De quoi laisser le temps à ces jeunes pousses de mûrir et de faire évoluer un secteur qui se nourrit sans cesse de nouvelles perspectives.

Article écrit par Maddyne avec SAP.IO