

Comment Carmila place l'open innovation au service de la mutation des centres commerciaux

Société des centres commerciaux Carrefour, Carmila se lance une mission : transformer et valoriser les galeries marchandes liées au géant français de la grande distribution. Avec Mydea, une plateforme d'innovation collaborative, Carmila place d'ailleurs l'innovation au centre de sa réflexion. L'objectif est d'accompagner les enseignes dans leur transformation digitale. Interrogé par Maddyness, Anne-Laure Joumas, Directrice Client, Digital et Innovation de Carmila, nous en dit plus.

Temps de lecture : minute

29 août 2018

Créée en 2014 par Carrefour et de grands investisseurs institutionnels, Carmila est la troisième société cotée de centres commerciaux en Europe Continentale. En effet, elle s'occupe aujourd'hui de pas moins de 214 centres commerciaux. Son objectif est d'offrir des solutions marketing pour qu'ils puissent renforcer leur attractivité tout en répondant aux attentes des clients. Dans sa démarche, Carmila mène une véritable réflexion sur les nouveaux enjeux d'innovation. Anne-Laure Joumas, Directrice Client, Digital et Innovation de Carmila, décrypte pour Maddyness les différentes thématiques liées à l'amélioration de l'expérience client en centre commercial.

Maddyness : Comment avez-vous structuré l'Open Innovation chez Carmila ?

Anne-Laure Joumas : Carmila est née en 2014 : c'est une société " digital native ", jeune et agile. L'Open Innovation nous est apparue comme un moyen naturel de faire naître et grandir de nouveaux projets au bénéfice de nos clients. Nous avons commencé par créer une plateforme d'innovation collaborative, *Mydea*, puis initié des pistes de réflexion avec des incubateurs locaux, au plus proche des implantations de nos centres commerciaux en régions en suivant les besoins de nos clients.

Pour en faire un rapide bilan, pourriez-vous nous communiquer quelques chiffres ou exemples ?

Mydea a généré à son lancement près de 200 projets sur différentes thématiques liées à l'amélioration de l'expérience client en centre commercial. Plus de la moitié ont été mis en œuvre à l'instar des *Brigades*, qui consistent à envoyer des collaborateurs de Carmila auprès des équipes des centres commerciaux pour accompagner les temps forts. Une fois de plus, l'accompagnement personnalisé est de mise.

En ce qui concerne les chantiers avec les incubateurs locaux, nous expérimentons une douzaine de projets, et d'autres à venir, dans le domaine de la maîtrise énergétique, de la communication avec les commerçants ou encore de la livraison comme avec *La Cantine de Labège* à Toulouse.

Enfin, j'aimerais citer l'écosystème digital de nos centres pour lequel nous travaillons en API avec l'agrégation d'une dizaine de services tiers comme Plyce, Doctolib, Le Ciseau ou Tiendeo, et que nous pouvons facilement élargir à d'autres flux dès lors qu'ils proposent une valeur ajoutée pour

nos clients.

S'il y a une chose que vous ne devriez pas recommencer, que choisirez-vous ?

Au début, nous avons tendance à demander aux startups de nombreuses adaptations pour personnaliser ou customiser leurs solutions. Mais une startup n'est pas un prestataire. Nous avons compris qu'il nous fallait faire des concessions pour co-construire ensemble.

" Nous souhaitons être identifiés auprès des retailers comme un facilitateur, capable de développer des innovations au service de l'attractivité de leur point de vente ", Anne-Laure Joumas

Quels sont les objectifs et les ambitions du groupe en termes d'innovation dans les prochaines années ?

Le commerce est en pleine mutation. Notre objectif est de pouvoir accompagner les enseignes dans leur transformation digitale. Nous souhaitons être identifié auprès des retailers comme un facilitateur, capable de développer des innovations au service de l'attractivité de leur point de vente. Grâce à notre connaissance clients, à nos solutions digitales et à notre écosystème d'experts, nous sommes les mieux placés pour comprendre et anticiper les attentes des commerçants.

A votre avis, quelles sont les grandes inventions qui ont un impact sur vos métiers aujourd'hui ?

Le consommateur a fait le choix de l'omnicanalité. Pour une société de centres commerciaux, la proposition d'une offre commerciale différenciante et d'une expérience in-mall attractive ne sont plus suffisantes. Nous ne pouvons plus nous contenter de générer du trafic dans les galeries, mais devons être dans une logique drive-to-store. Nos métiers sont ainsi de moins en moins " immobiliers " mais de plus en plus " commerçants ", et doivent intégrer la maîtrise de la data, du digital et des nouvelles technologies.

Les partenariats entre startups et grands groupes restent encore timides aujourd'hui, quelles pistes, selon vous, pour améliorer ces relations et amplifier ces collaborations ?

Il faut savoir prendre des risques, et oser de nouvelles expérimentations, sortir du cadre. Par exemple, avec *La Cantine de Labège*, nous proposons un service de livraison de plats, cuisinés par les enseignes de restauration du centre commercial Labège 2 à Toulouse, aux salariés de bureaux du pôle d'activités voisin. Pour une société de centres commerciaux, s'aventurer dans la livraison n'est pas évident, mais nous y sommes arrivés car nous avons tiré le meilleur de chacun, y compris des startups qui nous accompagnent. Au final, tout le monde y gagne : les collaborateurs, les restaurateurs, et les clients. Et ça marche ! Il faut oser !

" *Nous nous concentrons sur les projets qui vont*

servir l'attractivité des commerçants implantés dans nos centres ", Anne-Laure Joumas

Quelles sont les spécificités de votre secteur quand il s'agit d'innover aux côtés des startups ?

Le retail est un secteur en profonde mutation autour de nombreuses problématiques comme la livraison, le click and collect, l'e-paiement, l'intelligence artificielle, la reconnaissance client... Les startups sont nombreuses à s'aventurer sur ces enjeux. Je pense qu'il ne faut pas se disperser en surfant sur des sujets d'actualité, mais se concentrer sur les problématiques qui participent à notre différenciation. En ce qui nous concerne, nous nous concentrons sur les projets qui vont servir l'attractivité des commerçants implantés dans nos centres.

Une collaboration en particulier que vous souhaiteriez mettre en avant ?

Notre collaboration avec l'IoT Valley à Toulouse, un des écosystèmes les plus riches d'Europe sur la thématique de l'internet des objets. Pas moins de 9 projets sont en cours impliquant différents métiers. Et de nos échanges sont nées d'autres idées ou de nouvelles opportunités. Les 1ers à tester *La Cantine de Labège* ont ainsi été les salariés travaillant à l'IoT. C'est tout l'intérêt de l'open innovation : initier et mener à bien de nouveaux projets qui renforcent un écosystème.

