

Altavia Coach : soutenir l'innovation et dessiner le retail de demain

12 janvier 2017



Servir la transformation digitale du groupe, proposer les solutions les plus adaptées aux enjeux de ses clients et accompagner des jeunes pousses innovantes dans leur développement : Altavia Coach, l'entité du groupe Altavia dédiée à l'innovation, a pour mission de dessiner le retail de demain.

Animé par sa volonté d'apporter à ses 300 clients, retailers et marques, les solutions les plus agiles et pertinentes pour répondre aux problématiques liées à la digitalisation du parcours client, Altavia lance **Altavia Coach**, entité du groupe entièrement dédiée à l'innovation dans le secteur du retail. Cette initiative s'inscrit dans la transformation digitale du groupe et s'articule autour d'un rapprochement avec les écosystèmes les plus innovants. « *L'entreprenariat est fortement ancré dans l'ADN d'Altavia, rappelle Astrid Noizat, Chief digital officer et responsable d'Altavia Coach. C'est donc tout naturellement que le groupe souhaite se structurer pour soutenir les start-up et entrepreneurs innovants.* ». Altavia Coach s'inspire des meilleures pratiques pour accompagner les start-up dans leur développement et, par là même, créer des synergies profitables pour ses clients. L'entité s'organise autour de trois grands axes : **les partenariats, l'accélération** et le **fonds stratégique**.

Des solutions innovantes pour répondre aux besoins des clients

Fort d'un réseau de 36 agences, implantées dans 26 pays, et d'une équipe dédiée au niveau groupe, Altavia Coach réalise un sourcing international dont l'objectif est de nouer des partenariats avec des start-up et de proposer les solutions les plus adaptées aux enjeux de ses clients. « *La création d'une plateforme interne, réservée aux salariés du groupe et visant à promouvoir les solutions innovantes proposées par nos start-up partenaires, permet d'ores et déjà à nos 1 500 collaborateurs à travers le monde de trouver les expertises nécessaires pour mieux répondre aux besoins de nos clients* », explique Astrid Noizat. Des partenariats qui, dans le même temps, permettent à des sociétés offrant des services BtoB dédiés au retail de compléter l'offre proposée par Altavia et de se faire connaître auprès des clients du groupe.

Accompagner les start-up dans leur développement commercial

Une implication auprès des start-up qui s'étend au-delà des accords de partenariats avec, en ce début d'année, le lancement simultané de deux programmes d'accélération au sein même des agences du groupe, à **Lille** et **Shanghai**. Et ces choix d'implantations ne sont pas le fruit du hasard : « *Le site de Lille est installé au cœur du berceau du retail français, indique Eliott Tischker, Directeur des Participations et de l'Accélération au sein de l'entité. Cette situation est idéale pour développer sa start-up. Le site de Shanghai propose, quant à lui, à des jeunes pousses européennes de venir tester le marché chinois pendant six mois* ». L'accélérateur Altavia Coach accompagne les start-up, aussi bien dans leur développement commercial, à travers le portefeuille clients du groupe, que dans leur déploiement à l'international, par le biais de sa présence dans 26 pays. « *L'accompagnement est basé sur quatre axes : le Go to market*, le Product market fit**, le développement international et le support marketing et communication, explique Eliott Tischker. Nous souhaitons miser sur les forces d'Altavia, notre portefeuille clients, nos experts métiers et notre connaissance approfondie de la communication pour accélérer le développement des start-up sélectionnées. Par ailleurs, dès la phase de sélection des start-up, nous impliquons nos clients, ainsi que les équipes locales, afin de les engager dans une démarche d'innovation.* »

Créer des synergies sur le long terme

Enfin, le fonds corporate permet de soutenir capitalistiquement les entrepreneurs dont les offres paraissent particulièrement prometteuses. « *Le fonds détient aujourd'hui cinq participations, indique Eliott Tischker. Et nous avons de fortes ambitions en 2017, puisque nous projetons de doubler ce nombre d'ici la fin de l'année. Au-delà de l'aspect financier, ce fonds comprend une réelle composante stratégique, avec pour objectif la création de synergies sur le long terme.* »

Servir la transformation digitale du groupe et de ses clients

Altavia Coach collabore déjà avec plus d'une vingtaine de start-up innovantes pour le retail, autour de sujets comme l'intelligence artificielle dans la relation client, l'interaction instore, le web-to-store, le social media pour les enseignes à réseaux, l'expérience instore via la réalité augmentée, la réalité virtuelle, ou encore le mapping sur objets.

« *Nous avons une ambition très forte avec Altavia Coach, conclut Astrid Noizat. Ces projets servent aussi la transformation digitale du groupe, favorisent l'agilité et positionnent Altavia comme prescripteur de confiance auprès des clients. Ces derniers sont sans cesse sollicités par des propositions innovantes. C'est pourquoi nous avons à cœur de les aider à accélérer leur transformation via des solutions innovantes et fiables, en nous portant garant de la qualité desdites solutions et de leur implémentation, ainsi que du suivi et de la réussite des POC*** mis en place.* »

* Mise en relation des start-up avec des clients pour organiser le POC et accompagnement commercial (coaching).

** Confrontation de la solution aux besoins réels du marché.

*** POC (Proof of Concept) : preuve du concept