

## Fiche d'identité

### Les segments ciblés :



#### CIBLES PRINCIPALES

Les preneurs  
Les jeunes entrepreneurs  
Les travailleurs mobiles  
Les seniors

#### CIBLES SECONDAIRES

Les familles, commerces extérieurs  
Les touristes / Les gens de passage n'habitant pas à Meaux

### L'innovation :



#### CATALOGUE DE SERVICES INNOVANTS

Trois typologies de services :

- Services de conciergerie
- Services permanents :
  - Coopérative alimentaire
  - Jardin intérieur /pédagogique
- Services ponctuels : Expérience Crayola

Dans chaque service nous avons 3 types d'activités :

- activité coup de pouce : conciergerie
- activité éco-responsable : services permanents
- activité coup de cœur : expérience Crayola

### Les parties prenantes :



Interdépendance entre le centre commercial et le client et les partenaires extérieurs. Il y a un besoin d'attractivité de la part du centre commercial mais les services proposés viennent répondre aux besoins des clients (particulièrement les habitants de Meaux).

Les partenaires extérieurs permettent en appui de concrétiser le projet et mettre en place le service proposés.

### Les composantes responsables de l'écosystème du service :

Le groupe CEETRUS  
Les utilisateurs cibles  
Les parties prenantes internes au centre commercial  
Les parties prenantes externes au centre commercial  
Les services publics et collectivités territoriales  
Les équipements éducatifs  
Les services de transport et la gare de Meaux

### Equipe projet et référent TIPI

#### Equipe projet CEETRUS

Chloé Castells  
Lynda Cheurf  
Adrien Forbin  
Sharon Tokoto

#### Référent

Michael Zartarian



Attractivité

Flux

Synergie

Services

Pop-up stores

Centre  
commercial



### Le besoin

Re-dynamiser le centre commercial en proposant des services innovants et utiles.

Créer un flux régulier nouveau de visiteur au sein du centre commercial.

Satisfaire les besoins de tous les utilisateurs.

### La problématique

Comment intégrer des services innovants répondant aux besoins utilisateurs variés afin de créer un flux régulier dans le centre commercial "Les saisons de Meaux" ?

### L'offre en quelques lignes

Deux solutions innovantes prioritairement "**concepts stores**" (**boutiques éphémère**), boutique permanentes et les "**pop-up store**", boutiques éphémères. Ces deux solutions vont diversifier l'offre et permettre de créer du flux au sein du centre commercial et d'en assurer une meilleure attractivité.

### Les aspects économiques

- La relation avec les clients-utilisateurs : Personnalisation de l'expérience utilisateur-client. Les offres présentées sont ajustées en fonction des centres d'intérêts des utilisateurs.
- Les ressources à mobiliser pour réaliser les activités :
  - o Prestations de service (travaux, étude de marché, juridique...)
  - o Ressources financières
- La structure des coûts : Synthèse de l'ensemble des coûts générés par le fonctionnement du centre commercial (pas encore défini)...Temps/homme
- Les sources de revenus : Les partenariats et les fonds d'investissements du groupe CEETRUS.
- Les partenaires : Les partenaires publics (collectivités territoriales, Centres de formation..) et les partenaires privés (commerces, hôtels....).