

Interview

MIKE HADJADJ

fondateur de La Retail Tech et animateur du Village Start-up



Dans cet entretien exclusif, Mike revient sur la naissance et l'ambition de La Retail Tech, une communauté de plus de 200 entreprises créée en 2022 avec une conviction fondatrice : le commerce avance plus vite quand ses acteurs se parlent vraiment.

Dans un écosystème où retailers, start-ups et fournisseurs technologiques évoluaient souvent en parallèle, La Retail Tech a ouvert un espace inédit de dialogue, d'apprentissage mutuel et de mise en relation qualifiée.

À travers ses « Jeudis de la Retail Tech », ses visites immersives en magasin, ses retours terrain sans langue de bois et son travail sur les grands sujets du moment (IA, retail media, data, supply, expérience client...), la communauté est devenue un lieu de référence pour connecter innovation et opérationnel.

Son partenariat avec Tech For Retail s'est imposé naturellement : même vision, même volonté de démocratiser la technologie et de la rendre utile, même approche centrée sur la pédagogie et les résultats concrets.

Ensemble, ils ont fait du Village Start-up un espace vivant, inspirant et fertile, où concours de pitches, démos, collaborations réussies et rencontres spontanées rythment deux jours d'énergie et de transmission.



Mike, pouvez-vous nous présenter La Retail Tech ? Quelle est votre mission auprès de l'écosystème du commerce ?

La Retail Tech, c'est d'abord une communauté de plus de 200 entreprises née en 2022 avec une intuition très simple : on avance plus vite ensemble que chacun dans notre coin.

À l'époque — et c'est encore vrai aujourd'hui — l'innovation dans le retail progressait vite, mais les acteurs ne se parlaient pas assez souvent. Retailers et créateurs de technologies se croisaient lors de salons ou d'événements mais ils ne créaient pas de lien suivi permettant des échanges sans filtre, sans posture, dans une logique de partage et d'apprentissage mutuel.

Nous avons donc créé un espace où :

- **les retailers viennent entendre des solutions nouvelles**, comprendre ce qui se fait ailleurs, partager leurs retours terrain,
- **les start-ups trouvent un cadre bienveillant pour présenter leurs projets**, tester leurs pitches, apprendre des retours des enseignes,
- **les grands leaders technologiques peuvent confronter leurs offres** à la réalité opérationnelle.

Cette communauté vit aujourd'hui à travers les Jeudis de la Retail Tech, nos rencontres mensuelles en présentiel où nous abordons un sujet majeur de préoccupation soufflé par notre Retailers' Board : retail media, IA, data, supply chain, expérience client...

C'est très concret : des retailers viennent présenter ce qu'ils ont mis en place, partager les résultats, les limites, les apprentissages. Rien n'est théorique, tout est retour terrain.

Nous organisons aussi des visites "carrelage" : des enseignes nous ouvrent les portes d'un magasin pour nous décrypter une innovation avec leurs équipes projet. On voit les solutions en vrai, on comprend comment elles ont été déployées, ce que ça change pour les clients, pour les collaborateurs, et ils nous partagent les résultats.

Enfin, nous sommes présents sur les grands salons pour animer les Villages Start-up.

Comment est née votre collaboration avec Tech For Retail ?

Avec Tech For Retail, ça s'est fait naturellement, presque instinctivement. Nous avons émergé au même moment, avec la même conviction : **le retail a besoin d'un lieu où l'innovation est centrale et où les sujets sont abordés de manière pédagogique, authentique et pragmatique.**

Tech For Retail est un salon qui s'est immédiatement imposé grâce à :

- *la qualité de son contenu,*
- *son public très qualifié,*
- *son positionnement unique : un salon "utile", pensé pour les dirigeants et les opérationnels.*

De notre côté, nous apportons notre expertise sur l'écosystème start-up, notre capacité à créer du lien et à animer.

Quand les équipes du salon ont voulu structurer, dynamiser et donner une vraie identité à l'espace start-up, la collaboration s'est imposée tout naturellement.

Aujourd'hui, on travaille main dans la main : La Retail Tech anime le Village Start-up pour que ce soit un lieu vivant, inspirant et fertile.

Comment s'organise le Village Start-up cette année ?

L'ensemble des besoins des retailers sont couverts : e-commerce & omnicanal, efficience opérationnelle, expérience magasin, RSE & économie circulaire, Marketing & communication... Cela reflète la diversité des enjeux du retail.

La sélection est assurée par Tech For Retail, qui examine plusieurs critères :

- *le niveau de maturité (il faut pouvoir présenter une solution crédible),*
- *le modèle économique,*
- *la pertinence pour les problématiques du commerce,*
- *et bien sûr la capacité à apporter quelque chose de nouveau.*

De notre côté, nous avons un rôle clé : faire vivre cet espace.

*Au centre du village, sur une scène ouverte dédiée, nous animons les concours de pitches, les présentations de collaborations réussies entre retailers & startups, les jurys et remises d'awards, les parcours d'inspiration... avec un **seul objectif : que les start-ups soient vues, entendues, et qu'elles créent des connexions pertinentes.***

Les temps forts :

- *24 novembre : 10h15–11h20 • 15h00–17h*
- *25 novembre : 10h30–11h30 • 13h–15h*

Ce sont des moments très intenses, très vivants, qui donnent le tempo de toute la zone.

Quelles tendances majeures se dégagent du Village ?

Mais ce qui est intéressant, ce n'est pas l'IA "à la mode". C'est l'IA qui accélère des sujets déjà existants, qui permet de passer d'un projet "pilote" à une solution scalable :

- *L'Agentic Commerce*
- *IA pour optimiser les stocks,*
- *IA pour personnaliser en temps réel,*
- *IA pour automatiser le traitement de données,*
- *IA conversationnelle,*
- *IA pour augmenter les équipes en magasin...*

On voit aussi des technologies sur :

- *la durabilité,*
- *la seconde vie,*
- *l'économie circulaire,*
- *l'analyse d'impact,*
- *le retail media,*
- *le comportement client*
- *la logistique urbaine.*

L'IA n'est pas une rupture en soi. C'est un accélérateur, un multiplicateur de valeur.

Le retail bouge, et il bouge vite.



Cette année, le Village rassemble plus de 70 start-ups. C'est un record.

En quoi ce Village facilite-t-il la rencontre entre deux mondes qui n'ont pas toujours les mêmes rythmes ?

Le Village fonctionne parce qu'il est vivant, ouvert et simple d'accès.

Les start-ups sont toutes regroupées autour d'une scène centrale, ce qui crée un flux naturel. Les retailers viennent, s'arrêtent, écoutent, posent une question, reviennent plus tard.

De nombreuses collaborations sont nées de rencontres sur le village, et d'ailleurs nous aurons le plaisir d'en voir en présentation cette année.

Le format est efficace :

- *les concours de pitches permettent de voir beaucoup d'innovations rapidement,*
- *les présentations de collaborations réussies crédibilisent tout de suite les startups*
- *les allées favorisent les échanges spontanés,*
- *la presse y trouve un condensé des tendances,*
- *les retailers repèrent immédiatement "ce qu'il y a de nouveau".*

En vérité, le Village met tout le monde dans les meilleures conditions pour "matcher".

Comment l'impact environnemental et social s'intègre-t-il au Village ?

Aujourd'hui, plus de 20 % des start-ups du Village travaillent sur des sujets de durabilité, de circularité ou de mesure d'impact. Et ce n'est pas anecdotique : c'est en forte croissance.

Quelques exemples :

- **Save Your Wardrobe**

Une solution brillante pour prolonger la durée de vie des vêtements via des services intégrés (entretien, réparation, nettoyage).

Les marques peuvent intégrer ce parcours post-achat directement dans leur expérience client. C'est la mode... mais en version durable.

- **Holis**

Une plateforme SaaS qui permet de mesurer l'empreinte socio-environnementale de n'importe quel produit, de manière simple et pédagogique.

L'impact n'est plus un "bonus". C'est un critère d'innovation.

À quoi ressemblera le Village Start-up dans quelques années ?

Je l'imagine plus grand, plus visible, plus expérientiel. On a cette conviction qu'il faut un espace où l'innovation se démontre, pas seulement se raconte, ce qui veut dire :

- *plus de démos,*
- *plus de retours d'expérience,*
- *des zones de test,*
- *des mini-studios de mise en situation,*
- *des workshops live,*

pourquoi pas un espace "pilotes express".

En bref : le même... en trois fois plus grand 😊

Comment voyez-vous la complémentarité entre le CACtus et La Retail Tech autour de l'innovation ?

Nous partageons un socle commun : mettre en lumière ceux qui changent le commerce pour de vrai. La Retail Tech et le CACtus valorisent l'innovation, la rendent visible, et lui donnent une place dans l'écosystème. C'est une communauté de point de vue, avec des objectifs communs.

Dans le cadre des Trophées Impact, nous contribuons à la sélection des dossiers, et c'est très positif de pouvoir mettre en lumière des initiatives qui ont du sens. L'idée, c'est d'avancer ensemble et de soutenir les acteurs qui font évoluer le commerce de manière responsable et innovante.

Ce n'est pas une duplication, c'est une complémentarité.

Nous sommes très heureux de soutenir ensemble une vision d'un commerce plus responsable, plus humain et plus innovant.

TECH FOR
RETAIL

VILLAGE STARTUP
BY

