

Decathlon, La Redoute... Les 4 infos corpo à retenir cette semaine

Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. En ce moment, des startups les accompagnent pour lancer de nouvelles offres. Mis à l'honneur aujourd'hui : Decathlon, La Redoute, Géant Vert, Francine, Schneider Electric et Unither Pharma.

Temps de lecture : minute

30 avril 2021

Decathlon mise sur Exotec pour accélérer sa transformation logistique

Decathlon et Exotec ont signé un partenariat dans le but d'accélérer le déploiement de la technologie de la startup au sein des entrepôts du géant de la distribution d'articles de sport et loisirs. Pour mieux servir ses magasins, accélérer en matière d'e-commerce et disposer d'une chaîne logistique plus réactive et efficace, Decathlon a retenu la solution de robots Skypod. Deux sites sont concernés en France, dont l'entrepôt de Ferrières-en-Brie (77). Ces sites intégreront des systèmes Skypod sur 6 000 m², ainsi qu'un système complet de réceptions et expéditions robotisées. Les partenaires indiquent que le dispositif "*porte sur plusieurs années et se déploiera à l'échelle du continent européen*". Decathlon précise avoir également retenu la technologie Skypod du fait qu'elle améliore "*sensiblement*" les conditions ergonomiques de travail, en supprimant totalement le port de charges pour les collaboratrices et collaborateurs. Pour rappel, Exotec déploie ses systèmes en Europe, aux

États-Unis et au Japon. La startup affirme avoir "*doublé*" son chiffre d'affaires en 2020, à 47 millions d'euros. Elle prévoit de "*le doubler à nouveau*" en 2021.

La Redoute choisit Mirakl pour développer sa place de marché

La Redoute a retenu Mirakl dans le cadre de la "*replateformisation technologique*" de son site Web. Le groupe, spécialiste de la vente de prêt-à-porter et de décoration à distance, fait appel à la startup, qui édite des logiciels de création de places de marché, pour migrer son service historique vers une autre solution. L'enseigne indique que l'opération a pour but de "*renforcer son développement en France, accélérer sa présence à l'international et améliorer l'expérience utilisateur des vendeurs*". C'est dans le cadre de sa stratégie visant à adopter une approche omnicanale du e-commerce que La Redoute met à jour sa place de marché actuelle, datant de 2010. Le groupe précise que cette dernière fait état de 12 millions de visiteurs uniques et représente 90 % de ses ventes numériques. La prochaine étape de son développement doit permettre de conquérir des clientes et clients en Suisse, Espagne, Italie, Belgique, Russie, ainsi qu'au Royaume-Uni et au Portugal. De nouvelles marques seront prochainement proposées sur la plateforme, afin d'amplifier sa notoriété.



À lire aussi

Startups, voici comment partir du bon pied avec un grand compte

Géant Vert et Francine utilisent la blockchain de Connecting Food

La crise sanitaire a contribué à renforcer le besoin de réassurance des consommatrices et consommateurs. De nombreux grands noms de l'industrie alimentaire se mobilisent afin d'apporter des preuves de leur engagement en matière de qualité produit. Les marques Géant Vert (groupe General Mills) et Francine (groupe Vivescia) font, depuis peu, appel à la blockchain spécialisée de Connecting Food pour certifier leur maïs et farine. La solution de la startup assure la traçabilité des articles. Un marqueur indique, sur le paquet de ces derniers, que les informations sont mises à disposition des clientes et clients par un tiers de transparence et non pas par la marque elle-même. Les fabricants qui jouent le jeu bénéficient d'un avantage commercial et se différencient par leur capacité à fournir les données de production. Les distributeurs qui le souhaitent peuvent, en effet, apposer un QR code sur leurs produits. Pour

mémoire, 80 % des consommatrices et consommateurs déclarent chercher les informations sur le lieu de production des aliments selon une étude de LSA, qui relève que 72 % disent y être davantage vigilants depuis le début de la crise.

Schneider Electric et Unither Pharma font appel à Pathfinder

Désormais indépendant de The Family, Pathfinder identifie les opportunités sur la chaîne de valeur des entreprises pour construire des startups viables de façon rapide et efficace. L'entreprise invente de nouvelles solutions dans le domaine du numérique pour permettre à ses clients, souvent grands comptes, de préempter les futures positions dominantes de leur chaîne de valeur. Opérés comme des startups, ces projets sont pilotés par divers·es entrepreneuses et entrepreneurs. Ce modèle confère, selon Pathfinder, une "*agilité*" qui ne se trouve parfois pas au sein des groupes en matière d'innovation. Schneider Electric et Unither Parhma ont, tous deux, bénéficié de son accompagnement ces derniers mois. En ont résulté les créations des startups Cocoon Care, dont l'objectif est d'aider les seniors à vivre en autonomie et sécurité dans leur logement, et Curecall, dont l'outil SMS permet de mieux entretenir les relations entre les patientes et patients chroniques et leurs médecins. Elles ont respectivement levé 1,35 million et 1,2 million d'euros en amorçage.