

Unibail-Rodamco-Westfield, Leroy Merlin... 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 : Unibail-Rodamco-Westfield, Leroy Merlin, BloomUp et Carrefour.

Temps de lecture : minute

26 novembre 2021

Unibail-Rodamco-Westfield enseigne les gestes qui sauvent avec Lifeaz

Unibail-Rodamco-Westfield propose aux visiteurs de ses centres commerciaux – Westfield Carré Sénart, Les 4 Temps, Rosny 2, Vélizy 2, Parly 2, Forum des Halles, So Ouest, Aéroville (région parisienne), Euralille, Lyon Part Dieu, Lyon Confluence, Dijon Toison d'Or, Polygone Riviera et Rennes Alma – de se former aux premiers secours. Le spécialiste de l'immobilier commercial s'est ainsi adjoint les services de la startup française Lifeaz, qui commercialise notamment des défibrillateurs connectés. Les partenaires soulignent, dans un communiqué, que "*l'opération vise à favoriser une prise de conscience collective et encourager les actes solidaires*". Lifeaz a développé, pendant trois ans avec les Pompiers de Paris, la plateforme pédagogique "Everyday Heroes". Les visiteurs des divers centres commerciaux du groupe Unibail-Rodamco-Westfield seront donc encouragés à s'y inscrire gratuitement, à travers des "*scénettes sur le thème de Noël, créées spécialement*" pour l'occasion. Ils devront ainsi virtuellement réagir face à un risque d'incendie au moment des fêtes, à une hémorragie lors de la préparation du dîner ou à un étouffement en mangeant.

Leroy Merlin propose l'assistance-dépannage par visioconférence avec Luko

Leroy Merlin enrichit sa plateforme de services habitation. L'enseigne de bricolage s'allie à la startup Luko, expert de l'assurance logement, pour proposer à ses clients le service de téléconsultation Dr House. La solution d'assistance-dépannage par visioconférence se concentre sur des interventions en plomberie et chauffage. Il sera, d'après les partenaires, amené à "*s'étendre la serrurerie et l'électricité*". La prise de rendez-vous avec un expert s'effectue depuis le site de Leroy Merlin, rubrique Dépannage. Le client est alors rappelé pour

être guidé dans le diagnostic de la panne et dans la réparation. "La prestation est assurée à distance par des experts de Luko et est facturée 9,90 euros, alors que le coût moyen d'un dépannage à domicile est estimé à 250 euros" , notent les entreprises dans un communiqué. Et Nassera Mekaoui, directrice des services de Leroy Merlin, d'indiquer : "Notre objectif est d'apporter aux habitants la solution, physique ou numérique, qui leur permettra de faire par eux-mêmes, de faire avec un expert ou de faire faire. Du cours de bricolage au service de pose assuré par nos artisans partenaires, chacun a le choix."



À lire aussi

L'investissement corporate séduit surtout les banques et assurances

BloomUp choisit Tilkal pour garantir la traçabilité de ses produits

Le groupe BloomUp est spécialisé dans la création, la commercialisation et la distribution de produits parapharmaceutiques et cosmétiques naturels. Dans son portefeuille : Energie Fruit, la marque d'hygiène beauté innovante qui démocratise les formules naturelles et les éco-gestes beauté du futur, qui lance la plateforme B-Heart. Cette dernière repose sur la solution blockchain de la startup [Tilkal](#), pour garantir une totale transparence et traçabilité des produits et matières premières de la marque. Grâce à un QR code sur le packaging, les clients auront accès aux informations spécifiques du produit qu'ils ont entre les mains : composition, provenance, fournisseurs, matières premières, formulation, date, lieu et étapes de fabrication et son parcours. Le groupe estime que cela lui permettra "de prouver ses engagements et d'assurer à ses clients une traçabilité et une transparence complètes". Il s'agit, par ailleurs, d'un "outil de différenciation et d'un levier de performance" selon la marque, qui relève que la traçabilité est ardue dans son secteur.

Carrefour expérimente un magasin connecté et sans caissier à Paris

Dix secondes pour faire ses courses et dix secondes pour payer : c'est la promesse du nouveau concept de Carrefour, nommé "Carrefour Flash 10/10" , alors que les magasins sans caissier fleurissent. Dans ces 50 mètres carrés du 11e arrondissement de Paris, on entre et sélectionne ses produits comme d'habitude. Au moment de payer, pas besoin de sortir les articles de son sac : on se présente devant une tablette, qui affiche le contenu de ce dernier. En validant son panier sur l'écran, on paye en sans-contact ou sur une caisse automatique. Pour déterminer quels produits ont été sélectionnés, 60 caméras observent le client, via une technologie de la startup californienne AiFi. Un algorithme représente alors le client sous la forme de points et traits, comme un bonhomme en bâton qu'on peut suivre dans le magasin. 2 000 capteurs de poids disposés sur les étagères permettent de définir quels produits ont été pris. Un système "exact à 96 %" , à en croire le groupe. Pour rappel, Amazon a inauguré ce concept avec l'enseigne Amazon Go outre-Atlantique. En France, Auchan a lancé un tel magasin dans le Nord, avec la startup chinoise Cloudpick.

Article écrit par Maddyness