

Biicou, Lolo Paris et Savane & Mousson lauréats de la 15e édition du Westfield Grand Prix

Depuis 2007, le groupe Unibail-Rodamco-Westfield met en lumière et accompagne les futurs concepts du commerce de demain, plus responsable et durable, par un concours international.

Temps de lecture : minute

4 octobre 2023

Nous sommes fiers de promouvoir à travers cette compétition un commerce plus responsable et durable, et d'offrir bientôt à de jeunes concepts la capacité de se développer grâce au réseau de nos centres commerciaux en Europe et à la puissance de notre marque Westfield », déclare Dominique Hautbois, Directeur général Retail France d'Unibail-Rodamco-Westfield.

C'est toute la raison d'être du concours Westfield Grand Prix dont il a présidé le jury et dont la 15e édition vient de rendre son verdict.

Une centaine de candidats, 8 finalistes et 3 lauréats

Sur la centaine de candidatures d'entreprises de tout secteur d'activité (commerce, loisirs, services, restauration), porteuses de solutions en faveur d'un commerce plus responsable, 3 ont été sélectionnées par un jury composé de personnalités du monde de l'entrepreneuriat et du commerce durable, dont Fleur Pellerin, Fondatrice de Korelya Capital, Marcel Nakam, Directeur Général du groupe Jonak, ou encore Violette Watine, Fondatrice de Mademoiselle Bio et Présidente de Partners & Co.

Biicou, plateforme de vente de produits de puériculture reconditionnés, de vêtements pour enfants et jouets neufs et de seconde main, est l'heureux lauréat du Westfield Grand Prix. Biicou remporte une dotation d'une valeur de 500 000 €, constituée d'un emplacement gratuit dans un centre Westfield en France pour une durée d'un an, d'un accompagnement personnalisé et financier à la conception de la boutique et d'un pack de communication de l'agence média Westfield Rise.

Lolo Paris, marque de lingerie féminine inclusive fabriquée en Europe à partir de fibres recyclées, experte de toutes les morphologies, obtient le Prix du Jury : un accompagnement similaire d'une valeur de 350 000 €, incluant un emplacement gratuit pour une durée de six mois.

Et nouveauté pour cette 15e édition, un prix « Coup de cœur du public » décerné par un vote des clients des centres commerciaux Westfield a été remis à Savane et Mousson, concept culinaire associant les saveurs d'Afrique et d'Asie dans une démarche de promotion de la diversité. Savane et Mousson sera mis à l'honneur au Westfield Good Festival 2024, un événement annuel dédié à la promotion de la consommation responsable dans les centres Westfield, ainsi qu'un pack de communication sur les supports Westfield Rise.

« Créer de la valeur sans oublier ses valeurs, c'est la devise que j'applique depuis le début de mon parcours professionnel, avec l'objectif de toujours allier croissance et développement durable et social. À travers le Westfield Grand Prix, je suis heureuse de pouvoir continuer à soutenir des startups qui s'engagent pour réinventer le commerce de demain, vers un modèle plus durable et plus responsable », se réjouit Violette Watine.

« Depuis plusieurs années, le secteur du commerce opère une transformation radicale mais nécessaire vers plus de durabilité et de modernité. Les nouvelles marques et concepts permettent au secteur entier d'accélérer cette dynamique, pour répondre aux nouvelles attentes

des consommateurs », explique Marcel Nakam, directeur général du groupe Jonak Paris, qui a entrepris la transformation de la marque vers des produits plus durables, en recentrant notamment la production en Europe.

Le panel de finalistes qui ont soutenu leur projet devant le jury lors de cette finale incluait également :

- AlterMassage, enseigne de bien-être qui propose des massages réalisés par des praticiens majoritairement en situation de handicap.
- Le Jouet Simple, marque de jeux d'éveil fabriqués en France, consignés et écoconçus en plastique recyclé et recyclable.
- Némès, concept de bijouterie fantaisie offrant à ses clients la possibilité de créer facilement des bijoux personnalisés made in France.
- Sookies, coffee shop engagé contre le gaspillage alimentaire en produisant et en vendant des biscuits gourmands à base de pain non consommé.
- TrustSociety, concept store zéro plastique et 100 % made in France de produits écologiques pour le quotidien.

De véritables success stories grâce à Unibail-Rodamco-Westfield

Créé en 2007 pour identifier les marques durables les plus prometteuses dans les secteurs du retail, de la restauration, des loisirs et des services, le Westfield Grand Prix a récompensé 50 startups, dont certaines ont connu de véritables success stories, comme Yellow Korner, Big Mamma ou Jimmy Fairly.

Ce concours international permet en effet aux porteurs de projet innovant de pouvoir être soutenu par le groupe Unibail-Rodamco-Westfield dont les centres commerciaux attirent plus de 900 millions de visites par an et qui

a notamment lancé le programme « Better Places 2030 » dans le but d'avoir un impact environnemental, social et économique positif sur les villes et les communautés où il opère.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maddyness avec Unibail-Rodamco-Westfield