

Comment Agorize dynamise l'avenir du retail par l'innovation

Agorize, leader du logiciel de gestion de l'innovation, aide les grandes entreprises à booster leur innovation. Sa plateforme et sa communauté d'innovateurs servent de plus en plus d'acteurs du retail comme l'enseigne française Kiabi. A la clé : des solutions innovantes pour des groupes déjà installés qui se transforment et une meilleure exposition pour les jeunes pousses.

Temps de lecture : minute

30 octobre 2023

Une plateforme forte de 10 millions d'innovateurs

Et si l'innovation des grandes entreprises mondiales se faisait désormais en dehors de leurs traditionnels départements recherche et développement ? C'est la raison d'être d'Agorize, l'entreprise française fondée en 2011, qui fournit aux grands groupes une plateforme pour lancer leurs vastes concours d'innovation. Le principe : connecter les grandes entreprises, souvent des acteurs majeurs de leur secteur, à des startups, des développeurs, ou des étudiants qui leur proposent des solutions innovantes pour se transformer.

Et l'idée a séduit bien des groupes : L'Oréal, Bayer, Schneider Electric, Hitachi, Accor ou Decathlon font notamment partie des 300 clients d'Agorize. L'entreprise a constitué une communauté de 10 millions d'innovateurs et de startups à travers le monde, activable pour qu'ils participent aux concours d'innovation et hackathons lancés par les clients sur la plateforme.

Comment Agorize aide le retail à se moderniser

Et c'est dans le secteur du retail qu'Agorize est désormais fortement sollicité. La plateforme a notamment organisé le "Westfield Grand Prix" pour le groupe Unibail-Rodamco-Westfield, leader de l'immobilier commercial, propriétaire notamment du Forum des Halles à Paris, ou du centre commercial de La Part Dieu à Lyon. Le groupe souhaitait mettre en avant des concepts commerciaux durables, en leur proposant un espace de vente gratuit dans l'un de ses centres. Résultat : la marque de cosmétiques sans bouteille Unbottled, ou le fleuriste alternatif The Blond Cactus ont été installés dans une zone commerciale très fréquentée pour vendre leurs produits.

Sur le même principe, Agorize a également opéré le MAPIC Academy Challenge. Le plus grand salon international de l'immobilier commercial, qui se tient chaque année à Cannes, a imaginé un challenge invitant toutes les jeunes entreprises souhaitant développer leur business. A la clé : une dotation de 10 000 euros pour la marque gagnante ainsi qu'un pop store gratuit dans l'un des centres commerciaux du développeur immobilier français Nhood. Les cinq finalistes ont pu bénéficier de leurs côtés de séances de mentoring et de coaching par les meilleurs experts, ainsi qu'un bureau au sein du salon MAPIC 2023.

Plus récemment, Agorize a lancé "Futur du retail" en collaboration avec la célèbre enseigne française KIABI. Le concours, dont la phase de candidature est toujours ouverte, s'adresse aux startups qui souhaitent proposer des innovations dans les catégories suivantes :

- pratiques de vente écoresponsables pour magasins physiques
- technologies pour magasins intelligents
- expérience client en magasin
- tout autre concept retail innovant

La phase de candidature du challenge “Futur du retail” se termine le 12 novembre prochain, et les finalistes pourront pitcher leur projet devant un jury entre le 16 et le 21 novembre. La startup lauréate sera invitée à présenter sa solution au MAPIC, le plus grand rendez-vous de la communauté internationale de l’immobilier commercial, des loisirs et de la restauration.



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 Agorize