4 pépites retail distinguées lors du 13ème Grand Prix commerce d'Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield a annoncé hier soir les 4 lauréats de la 13ème édition du Grand Prix Commerce URW. Les nouveaux concepts retail ouvriront dans les années à venir leur point de vente au sein des centres commerciaux du groupe.

Temps de lecture : minute

---

27 septembre 2019

Ils étaient plus de 120 à proposer leur concept de boutique à Unibail-Rodamco-Westfield pour la 13ème édition de leur Grand Prix Commerce URW en mars dernier. Puis 16 ont été pré-sélectionnés, et enfin 8 finalistes sont venus hier soir au siège du groupe pitcher leur projet entrepreneurial devant un public d'experts.

Depuis maintenant 13 ans, Unibail-Rodamco-Westfield organise son Grand Prix Commerce pour récompenser les entrepreneurs français qui oeuvrent chaque jour pour réinventer le commerce en proposant des concepts de boutique innovants. Sont notamment passés par le concours plusieurs marques aujourd'hui connues du grand public : Tediber, Marlette, Faguo, Laboté, Persillé ou encore Canard Street et Big Mamma. Cette année, le jury, composé de personnalités du retail et de la communication comme Mercedes Erra (Fondatrice de BETC et Présidente du jury), Christophe Cuvillier (Président du directoire Unibail-Rodamco-Westfield), Jean-Christophe Jourde (Président d’Estée Lauder Companies France), Nathalie Balla (Co-Présidente La Retoute) ou Alain Boutigny (Directeur de la Correspondance de l’Enseigne), a décidé de redistribuer les cartes avec un podium de deux marches.

Deux Grand Prix ex-aequo pour se partager la dotation de 1 million d'euros

Avec un Grand Prix valorisant cette année deux lauréats ex-aequo, la dotation d’un million d’euros sera répartie équitablement et les gagnants bénéficieront d’un accompagnement à la prise à bail à hauteur de 500 000€ HT chacun.

Caval, les baskets dépareillées

Caval est une marque de baskets dépareillées. Sept différences distinguent les chaussures droite et gauche. Les baskets proposées sont dépareillées, unisexes, 100% made in Europe et éco-responsables.

SmÄak Natural Food, le concept fast casual aux influences scandinaves

SmÄak Natural Food est un concept aux influences scandinaves créé en 2017 à Tours par deux passionnés de gastronomie et d’univers nordique. Le concept ? Démocratiser des saveurs habituellement présentes dans la haute gastronomie et proposer un retour à la naturalité notamment grâce à l’utilisation de techniques de cuissons ancestrales, mais aussi en respectant la saisonnalité des produits. SmÄak Natural Food fait la promesse d’une pause gustative et visuelle dans laquelle sain rime avec savoureux.

Deux concepts retail récompensés sur la deuxième marche du podium

Et pour conserver un certain équilibre sur le podium, le jury a décidé cette année de récompenser deux lauréats sur la seconde marche du podium, pour le Prix Boutique, avec une dotation de 250 000 euros chacun.

Fédération Française de l'Apéritif, le lieu aux 350 produits pour l'apéritif

La Fédération Française de l'Apéritif rassemble en un même lieu 350 produits pour l'apéritif achetés directement à plus de 80 artisans producteurs français. Ces produits sont disponibles à emporter, à déguster sur place ou en livraison. La FFA se définit également comme une grande communauté d'épicuriens de France avec plus de 125 000 fans très actifs sur les réseaux sociaux !

Waekura, des bijoux pour toutes les femmes et pour tous les jours

Les bijoux fabriqués sont plaqués or 3 microns, résistent à l'eau et sont anti-allergies. Ces produits sont également garantis contre l'oxydation et les défauts de placage. Chaque collection témoigne de la volonté de l'équipe de concevoir une marque pour les femmes d'aujourd'hui: élégante, simple et indépendante. L'idée ? Proposer des bijoux et services qu'elle aurait elle-même souhaité en temps que cliente.

Article écrit par Caroline Martin