



Communiqué de presse
25 septembre 2018

Trophées de l'Innovation E.Leclerc : le palmarès dévoilé !

- Découvrez les 3 lauréats parmi les 437 dossiers de candidatures reçus pour cette première édition -

La première finale des Trophées de l'Innovation E.Leclerc, qui vise à récompenser ceux qui font bouger le commerce, s'est tenue le 24 septembre. Trois prix ont été décernés par le jury, présidé par Michel-Édouard Leclerc. Chaque gagnant a remporté un montant de 30 000 euros pour développer ou tester son projet et bénéficiera d'une campagne médias.

Suite à l'appel à candidatures national en mars 2018, 437 candidatures de toute la France ont été reçues par E.Leclerc. Les candidats pouvaient concourir dans 3 catégories : nouvelles relations, nouveaux engagements, nouveaux usages. Après une pré-sélection régionale, 12 finalistes ont été retenus pour présenter leur projet devant un jury d'experts, composé de **Guillaume Ravel**, Directeur de la Fondation Paris Tech, **Vincent Fournet**, membre de la cellule Développement et Financement de l'Innovation au sein de BPI, **Coline Debayle**, Créatrice et Fondatrice d'Artips, et **Jean-François Gruau**, adhérent¹ et membre de la commission Innovation E.Leclerc. Ce jury était présidé par **Michel-Édouard Leclerc**, président des Centres E.Leclerc.

3 innovations récompensées

Les 3 lauréats se sont démarqués par la solidité de leur projet, leur originalité mais aussi et surtout par leur capacité à impacter positivement le secteur du commerce. Des entrepreneurs à suivre !

Le lauréat « Nouveaux Usages »

Le prix de la catégorie « Nouveaux usages » a été décerné à Philippe Le Maitre et Stéphane Villaceque, créateurs et fondateurs de FlyMenu.

FlyMenu est la première interface intelligente qui connecte les sites et applications de références culinaires à son enseigne préférée. Une solution simple et rapide, qui permet de transférer d'un seul clic tous les ingrédients désirés d'une ou plusieurs recettes dans son panier. Le consommateur choisit ensuite le mode de retrait ou de livraison de ces courses.

Le lauréat « Nouvelles Relations »

Le prix de la catégorie « Nouvelles relations » a été décerné à Alain Tixier, créateur et fondateur de Viktor.

Viktor est un coussin intelligent relationnel léger, consacré aux personnes en perte d'autonomie, à mobilité réduite, âgées et/ou en situation de handicap. Il est doté de commandes tactiles simples,

¹ Propriétaire de magasin E.Leclerc

connecté en 4G+, sans fil, lavable, étanche et ludique. C'est un véritable "aidant numérique". Avec des proches dont les habitudes relationnelles migrent de plus en plus dans la sphère numérique (réseaux sociaux, internet etc) ainsi que les prestataires de service qui numérisent de plus en plus l'accès à leur service, les seniors se retrouvent aujourd'hui plus isolés qu'avant. Le coussin se connecte à la télévision pour accéder aux différents contenus.

Le lauréat « Nouveaux Engagements »

Le prix de la catégorie « Nouveaux engagements » a été décerné à Nicolas Perrin, Associé et Directeurs des opérations, Pierre Lebrun, Responsable Etudes & Conseil et Pauline Tiberi, Consultante en économie circulaire chez Phénix.

Phenix est un acteur qui déploie une gamme de solutions pour réduire le gaspillage en GMS depuis 2014. Aujourd'hui, l'entreprise souhaite déployer le « Label Performance Economie Circulaire » : il s'agit d'une évaluation, en fonction d'un référentiel de notation basé sur deux groupes d'indicateurs. C'est une aide proposée aux magasins, pour se rapprocher du zéro gaspillage et zéro déchet. Le but est également de communiquer et faire connaître au grand public la réalité des pratiques de revalorisation.

Les finalistes

Michel-Édouard Leclerc, Président des Centres E.Leclerc, et les membres du jury ont eu à départager les 3 gagnants parmi 12 projets innovants et prometteurs, qui répondait chacun à des nouveaux défis pour rendre la consommation plus simple et plus vertueuse.

Dans la catégorie « Nouveaux Usages » :

- **V-Cult - Tom Gauthier**

V-Cult est un spécialiste de la réalité virtuelle et du Web 3D appliquée aux points de vente, aux produits et au packaging, grâce à la visualisation 3D. V Cult propose aussi des solutions pour le storytelling de marque, l'intégration des collaborateurs et la formation professionnelle.

- **Se Partager un bien - Christophe Vautrin**

Cette plateforme web permet d'acheter et d'utiliser un même objet à plusieurs : en géo localisant quelqu'un ayant le même besoin, en utilisant un cadre juridique : le contrat Acquisiloc, en profitant des services de la plateforme (calendriers partagés, etc.) Une plateforme qui permet de partager et d'acheter des objets peu utilisés, ou auxquels on n'aurait pas pu prétendre seul. On dépense moins, mais mieux.

- **Draw me a garden - Guillaume Gosse de Gorre, Florent de Salaberry et Guillaume Neron Bancel**

Draw Me A Garden est un nouveau service qui permet de concevoir son jardin selon ses goûts, le dessiner, le planter et l'entretenir grâce à un accompagnement pas à pas, des plantes de qualité et des conseils personnalisés. Draw Me A Garden, c'est aussi une communauté de passionnés pour des partages de services et d'expériences.

Dans la catégorie « Nouvelles Relations » :

- **Shopopop - Johan Ricaut**

Shopopop permet de mettre en relation des personnes souhaitant se faire livrer à domicile et une communauté de « shopper » (livreurs particuliers) qui profitent de leurs trajets quotidiens pour rendre service. Les livreurs particuliers livrent ainsi les courses des utilisateurs à leur domicile. Une innovation qui permet de s'affranchir des coûts d'infrastructures logistiques et de faire de chaque magasin, une plateforme e-commerce performante face aux concurrents pure-players."

- **Actiwine - Eric Lévy et Benoît Roturier**

Actiwine met en relation des revendeurs et des producteurs de vin. Les avantages : - Pour les caves, hôtels, restaurants, hypers, centrales d'achat : Actiwine sélectionne plus de 1 000 vins de viticulteurs. Les prix sont compétitifs et côté administratif, Actiwine gère intégralement les transactions (transports, paiement...). - Pour les vigneron, viticulteurs, coopératives : Actiwine met en contact les producteurs avec les acheteurs professionnels en un clic. Ils maîtrisent ainsi leur distribution (circuits et zones géographiques) et contrôlent les prix de vente (négociation directe avec les acheteurs).

- **Storeez - Antoine Truong, Victor Geai, Olivier Orabona**

Mise en relation, accompagnement et référencement d'animateurs qualifiés, paiement en ligne, suivi qualité, appel d'offre digitalisé... Storeez est la solution pour faciliter le recours à l'animation pour les points de vente, grâce à des offres pratiques et innovantes. Les thèmes d'animations proposés : Alimentaire, Bio, Vins, Beauté, Santé & Nutrition, Enfants.

Dans la catégorie « Nouveaux Engagements » :

- **La Charrette - Laura et Marie Giacherio**

La Charrette est un site de colivraison de produits locaux en France, le « blablacar des producteurs ». Il permet aux producteurs qui souhaitent livrer leurs produits en direct de trouver de la place dans un véhicule ou d'optimiser leurs propres déplacements en livrant d'autres produits. La Charrette crée la première logistique (ou « chaîne d'approvisionnement ») responsable pour les circuits courts afin que les livraisons ne soient plus un obstacle à leur développement.

- **Avocadoo - Matthieu Corcin**

Ce nutritionniste virtuel accompagne les consommateurs vers de habitudes de consommation plus saines. L'application propose ainsi une analyse en temps réel de la valeur nutritionnelle du panier, ainsi que des conseils personnalisés et suggestions d'amélioration. Les distributeurs peuvent proposer l'application Avocadoo à leurs clients lors de leurs achats.

- **Urban Farm - Fabien Persico**

Avec FarmBox, Urban Farm propose un service de ferme connectée et innovante en container, permettant une alternative à l'agriculture conventionnelle plus saine pour l'homme et la planète. Ce service permet aux magasins de devenir producteur agricole en cultivant des végétaux directement sur le lieu de vente. Le local est implanté devant le magasin, au plus près des consommateurs, afin de bénéficier d'une production annuelle d'herbes fraîches sans pesticides.

L'innovation, au cœur du développement de E.Leclerc

Grâce à sa présence sur tout le territoire et à la diversité de ses clients, l'enseigne E.Leclerc a toujours été un lieu privilégié pour observer la consommation des Français. C'est ainsi que plusieurs initiatives de terrain ont vu le jour et montrent aujourd'hui la légitimité de l'enseigne sur le terrain de l'innovation : des sacs de caisse réutilisables dès 1995, un accès au service consommateur pour les sourds et malentendants en 2013 ou encore le développement du drive E.Leclerc en 2007 et du drive piéton en 2017. Ces innovations ont marqué leur temps et changé le visage de la consommation.

Avec les Trophées de l'Innovation E.Leclerc, les candidats, eux-mêmes consommateurs, ont l'opportunité de contribuer à la mise en place de solutions concrètes, que ce soit pour optimiser son temps en magasin, permettre l'accès à des produits plus vertueux, favoriser les circuits courts, ou encore pour répondre à des enjeux éthiques et environnementaux.

A PROPOS DU MOUVEMENT E.LECLERC :

Avec 681 magasins et 541 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 37,3 milliards d'euros (hors carburant) en 2017. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 20,4 %. Ces performances résultent d'une politique menée depuis la création du Mouvement E.Leclerc en 1949 : son combat au quotidien pour des prix bas et un modèle économique unique, reposant sur une organisation décentralisée, coopérative et participative. Les adhérents du Mouvement E.Leclerc, entrepreneurs indépendants, partagent une même mission : permettre à chacun de vivre mieux en dépensant moins, grâce à des initiatives innovantes et responsables, en pratiquant les prix les plus bas à qualité comparable. Acteurs de la vie locale, au plus près du terrain, ces adhérents investissent de façon durable afin de faire des centres E.Leclerc des lieux qui répondent aux besoins de leurs clients et défendent leur pouvoir d'achat au quotidien.

Contact presse E.Leclerc

Tel : 01 80 18 18 10
e.leclerc@agencebabel.com