

LVMH, L'Oréal... 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 aujourd'hui : La Poste, L'Oréal, Amazon, LVMH, Prada et Cartier.

Temps de lecture : minute

23 avril 2021

LVMH, Prada et Cartier créent une plateforme blockchain dédiée au luxe

LVMH s'unit à Prada Group et Cartier pour créer une plateforme blockchain, au nom d'une meilleure traçabilité des produits vendus, et appelle le secteur à les rejoindre. Le nom du projet : "Aura Blockchain Consortium". Ce format numérique sécurisé donnera aux clients, grâce à un certificat numérique, un accès direct à l'historique du produit acheté - de sa conception à sa distribution - et aux certificats d'authenticité. Bulgari, Cartier, Hublot, Louis Vuitton et Prada sont déjà actifs sur cette plateforme et des "*discussions avancées*" sont en cours avec les marques des groupes fondateurs mais aussi des marques indépendantes. Chaque marque utilise la solution, "*sécurisée par la technologie de ConsenSys et Microsoft*", à sa guise et est propriétaire et responsable de ses données de traçabilité, tout en adhérant aux règles de confidentialité empêchant l'échange d'éléments sensibles sur le plan concurrentiel. Cette technologie rappelle celle de la startup Ariane, qui a noué un partenariat avec l'horloger suisse Breitling fin 2020.

L'Oréal collabore avec Zozio pour gérer ses stocks et ses flux

Les sites industriels de la division cosmétique active de L'Oréal font appel à Zozio dans l'objectif d'optimiser des flux à l'intérieur et en transit entre ses usines de Vichy et de La Roche-Posay. Dans une démarche de performance opérationnelle et face aux enjeux environnementaux, le groupe a retenu la startup parisienne pour améliorer la logistique de ses cuves fixes et mobiles. Cette dernière a déployé en quelques heures sa solution IoT permettant de collecter, visualiser et analyser les données terrain comme les données des logiciels d'usine. Avec les informations clé sur une même plateforme, le client bénéficie d'une réduction des pertes de matière première, d'une traçabilité de bout-en-bout avec la gestion des cuves, d'une production éco-responsable grâce à la diminution du parc de cuves, d'une meilleure gestion des ressources et de l'augmentation de la performance.



À lire aussi

Startups, voici comment partir du bon pied avec un grand compte

Amazon lance un programme pour l'égalité des chances dans le numérique

Le programme Amazon Future Engineer milite pour l'égalité des chances en sensibilisant les jeunes issus de milieux défavorisés et les filles afin de les aider à bâtir une carrière dans les métiers de l'informatique. Le dispositif s'appuie sur des associations implantées sur le terrain en contact direct avec les enfants et étudiant·e·s, ainsi que sur un comité d'orientation composé d'expert·e·s de l'éducation et de la formation. Pour couvrir toutes les classes du primaire au lycée, des partenariats ont été noués avec des associations œuvrant pour la promotion des savoirs – Planète Sciences, Unis-Cités, Job IRL, Magic Makers ou la Compagnie du Code. Ludiques, les ateliers sont complétés par des contenus destinés à faire le lien entre ces apprentissages et l'entreprise. Des collaborateur·rice·s d'Amazon détaillent en vidéo leur métier et l'application concrète d'une technologie. Un partenariat avec l'association Article 1 a aussi été mis en place dans le but d'accompagner individuellement des jeunes pendant leurs études. Une centaine de bénévoles d'Amazon sont mobilisés pour les aider à préparer leurs examens ou encore rechercher des stages.

La Poste et RePack développent l'emballage réutilisable

Comptant une dizaine de clients en France, RePack s'adosse à la Poste pour raccourcir le circuit de ses emballages retournés et ainsi réduire son empreinte carbone. Depuis 2014, l'entreprise finlandaise propose un service de colis réutilisables dont le centre de tri est en Estonie pour les e-commerçants engagés dans la transition vers un commerce durable. Le retour de la consigne et du réemploi dans l'Hexagone intéresse RePack qui s'est engagée à contribuer aux objectifs donnés à la filière des emballages ménagers et fixés par la loi anti-gaspillage pour une

économie circulaire de 2020. L'objectif de sa collaboration avec la Poste est de proposer une livraison responsable aux commerces en ligne français. Pour rappel, son produit peut être réutilisé 20 fois et est composé à 100 % de matière recyclée – il le sera, d'ailleurs, à nouveau une fois arrivé en fin de vie. Le client choisit lui-même d'être livré dans un emballage RePack pour quelques euros de plus avant de finaliser une commande. Ce dernier peut être utilisé pour un envoi ou glissé dans une boîte aux lettres afin d'être remis en circulation. Un test logistique de 9 mois débute pour que l'intégralité des RePack reçus en France restent sur place et que le processus soit traité localement.

Article écrit par Maddyness