

Grand Prix Commerce Unibail-Rodamco-Westfield : les huit finalistes dévoilés

Le Grand Prix Commerce Unibail-Rodamco-Westfield revient en 2021 pour une 14^e édition placée sous le signe de la consommation responsable. Découvrez la sélection des huit concepts retenus pour la finale de ce concours emblématique, qui participent à créer le commerce de demain.

Temps de lecture : minute

17 mai 2021

Inutile de rappeler à quel point la crise sanitaire a fragilisé nos commerces. Dans ce contexte, le Grand Prix Commerce Unibail-Rodamco-Westfield prend une saveur toute particulière, lui qui récompense les entrepreneuses et entrepreneurs audacieux et les concepts retail les plus innovants depuis 14 ans maintenant. Pour cette nouvelle édition, une tendance s'est démarquée dans les candidatures déposées : celle de l'écoresponsabilité. Chaque projet reflète ainsi les attentes des consommateurs vis-à-vis des marques, qui tendent à désirer toujours plus de transparence et d'engagement sur le plan écologique et sont à la recherche de nouvelles manières de consommer.

Cette année, ce ne sont pas moins de 108 dossiers qui ont été déposés et huit concepts ont été retenus pour la finale du concours. Et pour la première fois dans l'histoire du Grand Prix Commerce Unibail-Rodamco-Westfield, le public est invité à voter pour son concept coup de cœur, entre le 17 mai et le 2 juin. Partenaire média de l'événement, Maddyness vous fait découvrir les 8 finalistes.

Bonsoirs

Bonsoirs est une marque française qui dépoussière le marché du linge de maison. Le concept est simple : offrir des draps haut de gamme et confortables dignes des plus grands hôtels, mais à un prix accessible. Bonsoirs investit également la salle de bain avec des serviettes et peignoirs pensés pour le confort. Leur crédo : penser des produits responsables avec les clients, supprimer tous les intermédiaires pour offrir le meilleur rapport qualité/prix, tout en proposant une expérience client 5 étoiles.

<https://www.bonsoirs.com/>

By Charlot

En redonnant aux plantes leurs lettres de noblesse, By Charlot entend ouvrir de nouveaux chemins esthétiques et faire du végétal un art majeur. Imaginées comme des objets de décoration, les plantes By Charlot sont sélectionnées directement auprès des meilleurs producteurs. Les pots, travaillés à la main, deviennent de véritables écrans révélateurs de l'identité du végétal. Nom, surnom, message : la personnalisation est également au cœur de l'art d'offrir façon By Charlot.

<https://www.bycharlot.com/>

Deliroutine Food Market

Deliroutine est un Food Market urbain situé en plein cœur de Lille qui propose trois univers Street Food pop et décalés : les burgers gourmets de Digs Corner ; la Street Food Asiatique de Aroy Street et les Pokebowls

et Ceviches ultra frais de Cevi Island. Tout est préparé sous les yeux des amoureux du Food Market pour un maximum de transparence. Le concept est disponible sur place, à emporter ou en livraison pour s'adapter au mieux aux cycles de consommation des clients.

<https://www.deliroutine.com/>

En Second Lieu

En Second Lieu souhaite devenir le grand magasin de demain, mais aussi un espace de consommation responsable à Paris, pour tous les besoins de la maison et du quotidien. Le concept propose de la seconde main, de l'upcycling, du zéro déchet, de la réparation, de la location, tout pour mieux consommer en somme. En Second Lieu est pensé comme un lieu chaleureux et lumineux pour découvrir et apprendre de nouvelles manières de consommer tout en se faisant plaisir.

<https://www.ensecondlieu.fr/>

Greendy Pact

Greendy Pact propose un service d'échange de vêtements de seconde-main pour les femmes et les enfants de 0 à 6 ans. Associant boutique physique et parcours digital ludique et éducatif, Greendy Pact capitalise sur les ressources que les consommateurs ont déjà à disposition dans leurs dressings. Grâce à l'échange de vêtements, il devient possible de renouveler sa garde-robe, sans acheter un seul vêtement.

<https://www.greendypact.com>

Horace

Horace développe des produits essentiels pour aider les hommes à

prendre soin d'eux et à se sentir bien dans leur peau. Tous les produits naturels sont fabriqués en France, et faciles à utiliser. Conçus avec des ingrédients aux bénéfices prouvés, Horace offre des soins pour les hommes à un prix abordable.

<https://horace.co/>

The Blond Cactus

The Blond Cactus est le premier fleuriste alternatif et 100% personnalisable. Spécialisées dans l'économie circulaire et durable, leurs créations sont composées uniquement de fleurs séchées et de plantes autosuffisantes, associées à de la décoration recyclée ou artisanale. Le client peut donc choisir ses variétés de fleurs, son style de vase, sa plante et son type de pot, pour une composition unique et personnelle. The Blond Cactus imagine une maison de demain plus verte et plus responsable.

<https://www.theblondcactus.com/>

Unbottled

Unbottled est une marque de produits solides faits en France. Les parfums sont 100% naturels avec des formules pH neutre et sans savon pour ne pas assécher la peau et les cheveux. Unbottled résume sa mission ainsi : libérer les salles de bain du plastique. La marque propose des formules biodégradables, vegans et sans tests réalisés sur les animaux, sans huile de palme, faites en France et particulièrement bien notées sur Yuka.

<https://unbottled.co/>

Trois prix pour 1,5 million d'euros de dotation

Pour permettre l'intégration des concepts dans ses centres de shopping, Unibail-Rodamco-Westfield offre trois prix à son podium final : le Grand Prix, le Prix boutique et le Prix Pop-up pour une dotation globale de 1,5 million d'euros. Chief Operating Officer Southern Europe du groupe Unibail-Rodamco-Westfield, Anne-Sophie Sancerre l'affirme : le Grand Prix est "un tremplin pour ces entrepreneurs du commerce et contribue à la stratégie d'innovation du Groupe".

Prévue le 3 juin, la cérémonie sera retransmise sur B SMART. En plus de la remise de prix, l'émission sera l'occasion de penser le commerce de demain en décryptant les nouvelles tendances retail. Les concepts gagnants pourront marcher dans les pas d'entreprises à succès comme Caval, Faguo ou encore Big Mamma.

Rendez-vous sur [le lien suivant](#) pour voter pour votre concept préféré !

Article écrit par Maddyne, avec Unibail-Rodamco-Westfield