

# Carrefour, Millet... 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 : Carrefour, Millet, Bouygues Telecom et Kayak.*

Temps de lecture : minute

---

4 février 2022

## Carrefour se lance dans le métavers avec l'appui de Coinhouse

Carrefour met un pied dans le métavers. L'enseigne de grande distribution a décidé d'axer sa stratégie de développement numérique sur cet environnement virtuel et collaboratif, en s'appuyant sur l'expertise de Coinhouse. La startup parisienne a accompagné l'achat par le grand groupe d'une parcelle sur la plateforme The Sandbox, créée par le studio français Pixowl. Concerts virtuels, mini-jeux ou rencontres avec des consommateurs : ce jeu vidéo, basé sur la blockchain, permet aux particuliers et entreprises d'acheter des terrains et de les exploiter comme ils le souhaitent. Selon les données d'OpenSea, Carrefour aurait ainsi investi 120 Ethereum - environ 300 000 euros - pour acquérir 36 hectares. Pour rappel, Coinhouse coordonne les actions avec les différents acteurs de l'écosystème et gère les opérations de change, comme la mise en place opérationnelle de projets. Régulée, la startup garantit aussi une conservation sécurisée des crypto-actifs.

*Premiers pas pour le @GroupeCarrefour dans le*

*#metaverse ! L'innovation est au cœur de notre modèle. À très vite pour la suite !*

*<https://t.co/mFW6obvM91>*

*— Alexandre Bompard (@bompard) [January 31, 2022](#)*

## Millet s'associe avec Barooders pour donner une seconde vie aux vêtements

Millet tient à donner une nouvelle vie aux vêtements qu'elle conçoit. La marque de textile, spécialisée dans les activités en extérieur, s'associe avec Barooders. Cette jeune pousse, qui a annoncé une levée de fonds de 1,3 millions d'euros cette semaine, édite une place de marché dédiée aux équipements de seconde main. Millet offrira ainsi, dans le cadre de ce partenariat, un bon d'achat de 20 euros à valoir dans ses magasins - physiques et en ligne - aux particuliers vendant un article de sa marque sur la plateforme de Barooders. "Il s'agit d'une étape importante dans notre engagement pour la lutte contre le gaspillage lié à la fin de vie des vêtements. Il s'inscrit dans la continuité de nos engagements en matière de durabilité que nous avons entamé depuis 2005 avec la mise en place d'un atelier de réparation dédié, basé à Annecy-le-vieux" , assure ainsi par voie de communiqué Frédéric Moreau, chargé du développement de Millet, se disant "convaincu que cette opération encouragera les passionnés de sport outdoor à faire un bon geste pour la planète".



À lire aussi

Les collaborations startups-grands groupes peuvent-elles sauver les petites entreprises de la crise ?

## Bouygues Telecom propose les offres de Majelan à tarif préférentiel

Les clients de Bouygues Telecom ont un nouveau service de divertissement. L'entreprise a noué un partenariat avec Majelan afin de leur proposer des contenus audio narratifs et revendique devenir "*le premier opérateur à pouvoir faire découvrir ce service innovant*". Un tarif préférentiel est instauré, permettant de souscrire l'offre à 3,99 euros par mois au lieu du prix habituel de 6,99 euros. Depuis le début février, c'est tout le catalogue de la startup qui est ainsi accessible. Biographies, fiction, documentaires... Majelan affiche 1 500 livres audio et podcasts sur sa plateforme, co-fondée en 2018 par le fondateur et ex-directeur général de Wynd, Arthur Perticoz, et l'ancien président-directeur général de Radio France et l'INA, Mathieu Gallet. Ce dernier a jugé, dans un communiqué, que "*cet accord avec l'un des plus grands opérateurs français va positionner le service [de Majelan] aux premiers rangs européens*" dans

l'audio narratif. Pour rappel, la startup a noué un accord similaire avec l'enseigne de supermarchés Franprix au début du mois de janvier.

## Kayak lance un service numérique de protection de voyage avec Koala

Kayak, filiale du groupe néerlandais Booking, lance un service numérique de protection de voyage. La plateforme en ligne de recherche de voyages s'allie à Koala pour répondre à deux des chantiers prioritaires pour les consommateurs, d'après une étude YouGov Plc : éviter d'avoir de trop longs formulaires de demande de remboursement et bénéficier d'un service clientèle disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. En s'associant à l'AssurTech française, Kayak peut proposer deux nouvelles offres. La première, Kayak Flex, est une protection contre l'annulation avant le départ pour permettre aux clients de percevoir un remboursement instantané s'ils ne veulent ou ne peuvent finalement pas voyager. Kayak Multirisque vise à donner une tranquillité d'esprit en protégeant, en plus, les personnes pendant leur voyage avec une couverture des frais médicaux et de rapatriement. John-Lee Saez, directeur de Kayak Europe, a justifié dans un communiqué cette stratégie du fait que *"la plupart des fournisseurs d'assurance voyage proposent des produits dépassés, non adaptés à un nouveau monde du voyage, plus imprévisible"* depuis la crise sanitaire.