

Comment La Poste Pro diffuse-t-elle l'innovation pour avoir un impact sur la société?

Partenaire majeur de la Maddy VC Night et de la Maddy Keynote, La Poste Pro poursuit son engagement auprès des entrepreneurs, de toute la France et les accompagne dans le lancement et le développement de leur activité.

Temps de lecture : minute

20 septembre 2024

Maristella Bidet-Masala, Directrice du Développement Numérique à La Poste Pro a participé à une table ronde de la Maddy Keynote sur la thématique “Comment innover pour avoir un impact positif sur la société?”. À ses côtés, Edouard Morhange, CEO d'Epicery et Gilles Henry, fondateur de la marque de vélo pliant Bastille.

« *L'innovation est au cœur de ce que fait La Poste Pro, affirme Maristella. Ce qui se matérialise le plus, c'est vraiment notre capacité à faire infuser toute cette innovation pour la rendre accessible et avoir un impact qui se diffuse rapidement à l'échelle de toute la société.* » En investissant dans des solutions innovantes et durables, La Poste Pro démontre son engagement à être un acteur clé dans la transformation positive du paysage entrepreneurial français.

De son côté, Gilles Henry, qui a créé la poussette Yoyo avant de se lancer sur le vélo pliant remarquait la nécessité d'innover pour suivre les évolutions de la société : « *Nous avons des projets différents sur des marchés complètement différents avec des tailles d'entreprises différentes. Mais je pense que ce qui nous réunit, c'est vraiment la notion*

d'innovation, qui est pour moi plus un état d'esprit qu'autre chose. Notre monde est incertain et il est à réinventer sur de nombreux domaines, chacun sur son marché et à son niveau. Il faut réinventer l'alimentation et la distribution, les transports et la politique. Moi j'essaie de réinventer quelque chose dans la mobilité urbaine. De la même manière que La Poste se réinvente depuis pas mal de temps. »

Un nouveau paradigme entrepreneurial

Lors de la Maddy VC Night, Maristella Bidet-Masala avait l'honneur de remettre le Maddy Award de la « Personnalité entrepreneuriale de l'année » à Aurélien De Meaux, CEO d'Electra, un spécialiste de la recharge rapide de véhicules électriques. Un prix auquel La Poste Pro s'est associée, renforçant ainsi son engagement auprès des entrepreneurs.

Le lendemain, à la Maddy Keynote, la Directrice du Développement Numérique de La Poste Pro précise :

« On s'inscrit aussi dans un nouveau paradigme entrepreneurial qui se dessine aujourd'hui, qui est beaucoup plus engagé et orienté vers l'impact, qui est au service de la société. Et ça change finalement la façon de concevoir le business dans l'entreprise. C'est pour cette raison que La Poste Pro accompagne 2 millions de TPE, parmi lesquelles 400.000 commerçants de proximité qui sont assez emblématiques de ce qui se passe dans notre économie aujourd'hui, c'est-à-dire qu'ils font face à de grands défis de transformation. »

Edouard Morhange, CEO d'Epicery, appuie ces propos, lui qui a justement revendu son entreprise au Groupe La Poste en 2021 : *« On ne veut pas devenir une licorne. On voulait s'inscrire dans la durée, adopter ce même rythme que les commerçants de quartier. C'est la raison pour laquelle on a rejoint le groupe La Poste : c'est un groupe qui voit le temps long et qui accompagne des mutations qui sont de plus en plus rapides, mais avec*

une vision de long terme. C'était important pour nous de s'appuyer sur des gens avec qui on partage des valeurs, c'est l'une des premières grandes entreprises à mission, et qui sont aussi un tiers de confiance pour notre déploiement sur tout le territoire. »

En effet, avec ses 17.000 points de contacts physiques, ses 1.450 Espaces Pro et ses 1.200 conseillers clientèle spécialisés, La Poste Pro peut s'appuyer sur le premier réseau de proximité de France et sur sa présence sur le digital pour être au plus près des entrepreneurs et apporter la connaissance des spécificités économiques de chaque région.

« Les TPE sont confrontées à des défis majeurs de transformation, tant dans leurs points de vente physiques que sur le numérique. Nous nous efforçons d'être un accélérateur de cette innovation auprès de l'ensemble de ces entreprises », explique Maristella Bidet-Masala. Elle conclut: « La capacité de La Poste Pro à comprendre les besoins de ses clients et à les traduire en actions concrètes est essentielle pour générer un effet vertueux à l'échelle des territoires. »



À lire aussi
La Poste lance son école de la Data et de l'IA



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maddyness avec La Poste Pro