Bayer, Kellogg’s... Les 4 infos corpo à retenir cette semaine

Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. Mis à l'honneur aujourd'hui : Bayer, Kellogg’s, Essity et Bip&Go.

Temps de lecture : minute

---

23 juillet 2021

Bayer soutient le déploiement de la solution d’Implicity

Le groupe pharmaceutique Bayer et Implicity ont noué "*un partenariat de co-promotion*" de la solution d'insuffisance cardiaque de la startup française. L’accord a pour but d’améliorer la qualité de vie des patients, d'optimiser leur prise en charge ainsi que de participer à la réduction des coûts de santé. Bayer souhaite étendre son offre de produits et services, et se positionner comme un acteur de l'e-santé. Forte d'un portefeuille de médicaments axé sur les maladies cardiovasculaires, l’entreprise entend proposer aux patients comme aux professionnels de santé une prise en charge complète.

Pour Implicity, il s’agit d'accélérer le déploiement national de son offre unique de télésurveillance des patients insuffisants cardiaques, en s'appuyant sur le solide réseau de visiteurs hospitaliers de Bayer. L’accord doit développer des synergies entre les deux sociétés et leur permettre d’évaluer la façon dont la visite médicale peut s'accorder avec l'inclusion des patients en télésurveillance.

Kellogg's intègre la solution de NaviLens à ses emballages

Kellogg’s va rendre ses emballages accessibles aux personnes atteintes de déficiences visuelles à l’aide de la technologie de NaviLens. Grâce à un code figurant sur l’emballage, un smartphone pourra détecter et lire à voix haute à l’utilisateur l'étiquetage ainsi que les informations au sujet des allergènes. La détection fonctionne depuis une distance allant jusqu’à 3 mètres. Le téléphone est alerté, et permet à l’utilisateur de choisir de se faire lire à voix haute les informations concernant les ingrédients, les allergènes et le recyclage, ou de les lire sur son appareil à l’aide d’outils d’accessibilité. Un essai "*concluant*" a été mené au Royaume-Uni en 2020 sur les paquets de la célèbre marque Coco Pops. L’évaluation par l’organisation britannique Royal National Institute of Blind People a montré que 97 % des personnes interrogées aimeraient que davantage de fonctionnalités de ce type soient intégrées à l’avenir. Le déploiement en France interviendra d’ici à la fin de l’année 2022.

À lire aussi
Startups, comment bien gérer vos relations avec un grand groupe

Essity distribue la solution de Fizimed à l'international

Le géant suédois de l’hygiène Essity a signé un partenariat de distribution avec la startup strasbourgeoise Fizimed, à l’origine d’une sonde connectée de rééducation du périnée. De nombreux produits dédiés à l’incontinence urinaire sont notamment conçus par le groupe, derrière lequel se cachent les marques Nana, Tena ou Lotus. Essity entend étendre son expertise à l’e-santé à travers ce partenariat, qui conduira au lancement de la solution de Fizimed sur les marchés britannique et suédois. La marque Tena sera apposée au nom du dispositif afin de conforter son adoption par les consommatrices au Royaume-Uni, tandis que Libero a été retenue en Suède. "*Les produits innovants de ce type peuvent aider les femmes à gérer leur santé et leur bien-être. La dimension et les relations existantes autour de nos marques permettent d’accélérer leur adoption*" , a indiqué par voie de communiqué Volker Zoller, président "Biens de consommation" et directeur d’Essity Ventures, la division du groupe chargé de l’innovation et des relations avec les jeunes entreprises innovantes.

Bip&Go simplifie la réservation de parking avec Zenpark

Filiale du groupe Sanef (Société des autoroutes du Nord et de l’Est de la France), Bip&Go est spécialisée dans la distribution de badges de télépéage. Elle annonce s'associer à la startup Zenpark, à l’origine d’une

solution de réservation de parking, pour déployer cette dernière auprès de ses 1,6 million de clients. Son ambition est de "*simplifier le quotidien des automobilistes en proposant la réservation de stationnement en France et Belgique*". Dans les faits, une mise à jour de l'application mobile de Bip&Go intègre la fonctionnalité développée par Zenpark. La filiale de la Sanef affirme devenir, à travers ce partenariat, "*le premier acteur du télépéage en France à permettre à ses clients de payer un service de mobilité du quotidien via une application complémentaire à leur badge*". Bip&Go fait le choix de l'intégration plutôt que de la mise en relation : pour gagner en lisibilité, l'utilisateur se voit facturer le service de Zenpark sur sa facture d'autoroute. Pour mémoire, quelque 200 villes et 1 000 parkings sont couverts par le dispositif de la jeune pousse à cette date.

Article écrit par Maddyness