

# Orange, 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 : Orange, L'Oréal, Caisse d'épargne, Safran et Engie.*

Temps de lecture : minute

---

21 janvier 2022

## Orange propose des stages de troisième virtuels avec Myfuture

Le groupe Orange, qui comprend le premier opérateur français des télécommunications, a noué un partenariat avec la startup Myfuture pour mettre sur pied un événement visant à permettre aux jeunes de découvrir des métiers à distance du fait du contexte sanitaire. À partir du 14 janvier et jusqu'à la mi-février 2022, "plus d'un millier de jeunes" en classe de troisième vont ainsi découvrir les métiers existants au sein d'Orange. Myfuture, qui s'est spécialisée dans l'accompagnement des jeunes de 14 à 24 ans dans leur orientation et première expérience professionnelle, entend réduire les inégalités de chances au moment de l'insertion. "La recherche de stage n'est pas simple pour tous en temps normal, mais la situation sanitaire complique davantage les recherches", relève ainsi l'entreprise dans un communiqué, précisant que les élèves pourront participer à ces sessions "depuis chez eux ou leur établissement" scolaire. Cette alliance doit permettre de limiter "les représentations genrées des métiers techniques pour élargir le champ des possibles". En 2021, Myfuture avait proposé 8 semaines de stages virtuels à 5 000 collégiens de 110 établissements.

# L'Oréal s'allie à une filiale de Google en faveur de la santé de la peau

Le géant mondial des cosmétiques L'Oréal s'allie à Verily, la division santé d'Alphabet, la maison mère de Google, pour développer des programmes quant à la santé de la peau. Ce partenariat, "*premier de cette nature dans l'industrie cosmétique*" à en croire L'Oréal, a vocation à déboucher sur "*deux programmes visant à mieux comprendre et décrypter les mécanismes de vieillissement capillaire et cutané*". Le premier met en commun le savoir scientifique de L'Oréal sur la peau et ses soins et les connaissances issues des données de Verily. L'objectif est de découvrir les liens entre vieillissement cutané, biologie profonde de la peau et l'ensemble des facteurs environnementaux que subit une personne tout au long de sa vie. Le second vise à développer un service numérique de diagnostic pour les professionnels de santé.

L'Oréal et Verily s'appuieront sur "*le développement de nouvelles technologies et de solutions de télédiagnostic telles que les capteurs et les algorithmes d'intelligence artificielle appliqués à la dermatologie et aux soins de la peau*". Pour rappel, la firme cosmétique a signé un partenariat similaire avec la startup française Breezometer.



À lire aussi

"Le corporate venture est un outil d'innovation"

## La Caisse d'épargne recrute via les réseaux sociaux à l'aide de Bonanza

La Caisse d'épargne d'Île-de-France mise sur les réseaux sociaux pour recruter. Elle a fait appel à la startup Bonanza, spécialiste de la pratique, pour mettre en place un processus efficace sur Snapchat, Tik Tok ou encore Instagram. Responsables clientèle patrimoniale, conseillers clientèle particulier, conseillers commerciaux... Ce sont autant de professions, du bac+2 au bac+5, qui sont ciblées. *"Les campagnes que nous menons à chaque temps fort du recrutement reflètent l'ADN numérique de la Caisse d'épargne"*, souligne dans un communiqué Teddy Bisson, responsable du département Recrutement, Relations écoles et Attractivité de la Caisse d'épargne Île-de-France. Basée sur un algorithme, la solution de Bonanza diffuse des campagnes publicitaires ciblées vers des profils adaptés aux besoins de la banque. De quoi pré-qualifier automatiquement chaque candidat potentiel, via des canaux personnalisés. Un gain de temps pour la Caisse d'épargne. À date, 400

candidats ont été pré-qualifiés selon les partenaires. 150 sont en cours de recrutement.

## Safran et Engie investissent dans le carburant décarboné

Safran et Engie ont investi dans une startup allemande, Ineratec, experte de la production de carburants synthétiques neutres en carbone. La levée de fonds de cette dernière, d'un montant de "*plus de 20 millions d'euros*", doit lui permettre de développer sa production. Des filiales des spécialistes français de la motorisation aéronautique et de l'énergie y ont pris part, aux côtés du fonds allemand MPC Capital. Les carburants synthétiques, aussi appelés électro-carburants, de l'entreprise utilisent de l'hydrogène produit par électrolyse avec de l'électricité renouvelable et du CO2 issu de la biomasse ou capturé.

Neutres en carbone, ils constituent un levier puissant afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre des différents moyens de transport face au réchauffement climatique. Problème : ils coûtent encore très cher à produire, jusqu'à dix fois le prix du carburant d'aviation d'origine fossile. Justifiant son investissement, Safran a expliqué par voie de communiqué que "*les technologies de pointe d'Ineratec viendront renforcer les connaissances technologiques nécessaires au développement d'une filière adaptée et certifiée pour les avions*". Et Engie d'ajouter que transports maritime et ferroviaire sont, eux aussi, amenés à être concernés.