

French Tech Aix-Marseille, Leclerc, Leroy Merlin... Les 5 infos corpo à retenir cette semaine

Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation et leurs relations avec des startups. Mis à l'honneur aujourd'hui : French Tech Aix-Marseille, Leclerc, Leroy Merlin, Philips et Monoprix.

Temps de lecture : minute

20 octobre 2023

Cyber-way et la French Tech Aix-Marseille élaborent un partenariat stratégique pour sensibiliser à la cybersécurité

Alors que le nombre de cyberattaques a été multiplié par 4 depuis 2020, Cyber-way, filiale du Crédit Agricole Alpes Provence, se joint à la French Tech Aix-Marseille pour renforcer la cybersécurité des entreprises locales. Ce partenariat vise à offrir des conseils et des services en cybersécurité, tout en permettant une meilleure sensibilisation des entreprises en la matière. Cyber-way entend partager son expertise en proposant des audits et des conseils en sécurité numérique, notamment auprès des PME et TPE, qui représentaient en 2022 près de 52% des cyberattaques.

« Notre ambition est de soutenir les entreprises, les associations et les collectivités publiques du territoire dans toutes leurs démarches de cybersécurité », affirme Franck Chemin, CEO Cyber-way. « Qu'il s'agisse de la formation des collaborateurs, de l'évaluation des protections en

place ou encore de l'accompagnement face aux cybermenaces, nous agissons en tant que tiers de confiance auprès de nos clients ».

E.Leclerc Atlantis, Berny et The Keepers s'allient pour inciter les clients au réemploi

En installant un collecteur intelligent au sein du E.Leclerc Atlantis, Berny et The Keepers veulent encourager le réemploi d'emballages récupérables. L'objectif est de permettre aux clients de retourner leurs emballages pour obtenir un remboursement de la consigne. La solution, destinée à être employée plus largement en 2024, se veut universelle : le consommateur, qui achète son produit dans un emballage consigné, n'a plus qu'à le déguster puis rapporter l'emballage en magasin, afin de le déposer dans le collecteur qui le remboursera du montant de la consigne. A titre de comparaison avec une création d'emballage neuf, cette méthode de réemploi permettrait 2,5 fois moins de ressources fossiles, et émettrait 3 fois moins d'émission de gaz à effet de serre en kg (équivalent CO2).

Leroy Merlin et La Solive s'unissent pour améliorer la formation à la rénovation énergétique

Leroy Merlin s'associe à l'école La Solive pour former une centaine d'employés aux métiers de la rénovation énergétique. La Solive, école formant aux métiers de la rénovation énergétique, a créé un cursus sur-mesure pour les employés de Leroy Merlin. Ces derniers auront 4 mois pour devenir des experts capables d'accompagner les particuliers dans un projet de rénovation globale, que ce soit en termes de conseil technique ou financier, jusqu'à la réalisation des travaux.

Une centaine de collaborateurs ont été sélectionnés pour être formés, et

ainsi aborder tous les aspects de la rénovation énergétique : isolation thermique, changement des systèmes de chauffage, gestion des interfaces, montage du dossier administratif, présentation du dossier à l'Anah, avances des aides de l'Etat ... afin que chaque magasin Leroy Merlin dispose d'un responsable en rénovation énergétique. Cette collaboration répond à une demande croissante de compétences, afin d'anticiper un besoin de 250 000 emplois d'ici 2030.

« Aujourd'hui, La Solive forme en majorité des adultes en reconversion professionnelle. Mais pour répondre à cet immense besoin de main d'œuvre, il faut aussi faciliter la montée en compétence des acteurs du bâtiment et de l'immobilier », explique Côme de Cossé Brissac, cofondateur de La Solive. « Ce partenariat avec Leroy Merlin prouve que nous sommes capables de former rapidement et efficacement les professionnels du secteur ».

Philips France inaugure son Centre d'Innovation en IA et Santé à Paris

Philips France inaugure le Health Innovation Paris, un centre dédié à l'innovation en matière de santé et intelligence artificielle, constituant ainsi le 5e centre d'innovation de Philips dans le monde après Eindhoven, Bangalore, Shanghai et Cambridge.

Situé au cœur de Paris, ce centre développera des solutions pour le système de santé français, favorisant la gestion des données de santé et l'interopérabilité. Il réunira 250 collaborateurs issus notamment des startups françaises Cardiologs et Capsule récemment acquis par Philips France. Ce centre d'innovation, qui souhaite devenir la référence en la matière, s'intègre dans l'ambition plus large de Philips de contribuer à la transformation du système de santé, en rapprochant la technologie des besoins des patients et des professionnels de santé. Il intégrera un écosystème de partenaires académiques et cliniques, d'investisseurs,

d'incubateurs, de pôles de compétitivité et d'industriels.

« Depuis plusieurs mois, Philips France se transforme pour offrir des solutions novatrices en réponse aux enjeux rencontrés par notre système de santé », affirme Virginie Gervaise, Présidente de Philips France. « Avec ce centre d'innovation qui rassemble le meilleur de l'écosystème Philips, nous nous donnons tous les moyens pour y parvenir en concevant des innovations qui facilitent le quotidien des patients et des soignants. A ce titre et pour demeurer toujours au plus près de leurs attentes, j'entreprendrai dès 2024 un tour de France des établissements de soins. Je suis convaincue que c'est à leur contact et avec les synergies entre les acteurs publics et nos brillants ingénieurs, que nous pourrons faire de l'innovation technologique, le moteur de la santé dans notre pays ».

Monoprix et Ulule stimulent l'émergence de marques responsables

En collaboration avec Ulule, Monoprix lance l'initiative « *Monoprix Pépites* », pour soutenir les marques émergentes et responsables. L'opération vise à renforcer la visibilité des jeunes marques innovantes : chaque année, douze nouvelles marques françaises émergentes auront l'opportunité de proposer leurs produits en magasin et sur le site [monoprix.fr](https://www.monoprix.fr). Deux sessions par an seront réalisées pour dénicher les nouvelles pépites, avec une présélection réalisée par un jury d'entrepreneurs, de personnalités et de spécialistes du retail. L'enseigne souhaite ainsi renforcer son accompagnement des jeunes marques tout et améliorant son offre de produits responsables.

« Chez Monoprix, nous avons à cœur de nous tenir à l'écoute des évolutions des tendances de consommation, et sommes soucieux d'accompagner dans nos magasins les marques qui y répondent » conclut Pauline Glaziou, Directrice Alimentaire et Beauté chez Monoprix. *« Grâce à cet appel à projets, en partenariat avec Ulule, nous sommes*

enthousiastes à l'idée de pouvoir favoriser l'essor des pépites françaises de demain, dont les ambitions répondent aux exigences de nos clients ; consommer mieux et autrement. ».



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Guillaume Cossu