

La Croix-Rouge, Saint-Gobain, Crédit Agricole... Les 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 : Amazon, La Croix-Rouge, Saint Gobain, Le Crédit Agricole.

Temps de lecture : minute

19 avril 2024

Cohesity et La Croix-Rouge française collaborent pour la sécurité des données

Cohesity, spécialiste de la gestion des données basées sur l'IA, collabore avec La Croix-Rouge française pour la migration, la sauvegarde et la protection de ses données. Ce partenariat permettra à l'organisation de chiffrer et de stocker efficacement ses données, tout en assurant un taux de réussite de 100 % dans les opérations de sauvegarde. Ce partenariat, déjà initié il y a deux ans, avait permis de considérablement améliorer la performance du système de gestion des données de La Croix-Rouge, en répondant à ses exigences de sécurité et de fiabilité. Avec ses solutions Dataprotect et Datacloud, Cohesity assure désormais la sécurité des données de 66 000 bénévoles et 16 000 employés, issus de 30 métiers dédiés à l'aide aux personnes, ce qui constitue plus de 120 Teraoctets de données en incluant les données personnelles des bénéficiaires, comme les dossiers médicaux, et les données de gestion opérationnelle (urgentistes, ambulanciers) ou administrative.

« Nous avons deux impératifs concernant la gestion de la sauvegarde des données : qu'elle soit la plus flexible, automatisée et fiable possible ; et que la dépense soit prévisible dans un contexte d'accroissement du volume de données. Cohesity proposait la seule solution Next Gen capable de répondre à ces deux impératifs », précise Yves Couturier, DSI et responsable national du département production chez La Croix-Rouge française.

Saint-Gobain choisit Cenareo pour la communication digitale de ses magasins

Saint-Gobain Distribution Bâtiment France a sélectionné Cenareo pour équiper ses points de vente d'écrans. Cette collaboration vise à améliorer l'animation des magasins et l'analyse de la performance de communication grâce à la solution de Cenareo, qui permet une gestion simplifiée des contenus sur de vastes parcs d'écrans. L'entreprise explique son choix par des contraintes de sécurité, et la volonté de pouvoir répondre aux enjeux d'animation, de retail media et d'analyse de la performance de la communication de ses magasins. Près de 500 écrans seront installés, et la solution sera utilisée tant au niveau national par les directeurs d'enseignes qu'au niveau local par les équipes.

Crédit Agricole investit dans CibleR pour dynamiser les territoires

Le Crédit Agricole, à travers son startup studio La Fabrique by CA, annonce une prise de participation dans la startup bordelaise CibleR, spécialisée dans les solutions de paiement digital et l'IA pour le développement local. Cette initiative vise à promouvoir la consommation locale et à soutenir l'économie des territoires à travers des coupons digitaux et des recommandations personnalisées par IA. Concrètement, la startup propose aux utilisateurs des idées de loisirs, sorties ou

restaurants en parallèle de coupons de réduction à utiliser. Près de 200 000 personnes ont ainsi pu bénéficier de cartes cadeaux locales, pour près de 300 000 points d'intérêts.

« En créant la plateforme Tourisme by CA, nous avons pu soutenir les acteurs du tourisme partout en France, pendant et après la période de COVID en permettant aux utilisateurs de dépenser les coupons fournis par CibleR », précise David Asseo, directeur général adjoint du Crédit Agricole d'Aquitaine. « Notre dernière opération "Tous au resto" déployée dans 3 départements donne aussi des résultats déjà probants pour renforcer le lien entre nos clients sociétaires et les restaurateurs. »

Spore.bio fait appel à AWS d'Amazon pour entraîner ses modèles

Spore.bio, startup spécialisée dans la microbiologie industrielle, utilisera désormais AWS (Amazon) pour faire tourner sa technologie basée sur l'IA et la photonique pour détecter les bactéries en quelques secondes. Lancée en janvier 2023, la jeune pousse utilisera les services d'Amazon Web Services pour entraîner ses modèles de machine learning et stocker les données nécessaires à la reconnaissance de signatures bactériennes. La technologie de Spore.bio a déjà séduit une dizaine de clients, dont de grands industriels.

« Jeune startup dans le domaine de l'IA qui a levé pas mal de fonds, nous sommes fortement sollicités par les différents fournisseurs de cloud. Nous avons décidé de travailler avec AWS et jusqu'à présent cela se passe vraiment très bien, il y a un support client et un accompagnement de leur part que nous ne sommes pas sûrs de trouver ailleurs », expliquait Amine Raji, dirigeant et cofondateur de Spore.bio à nos collègues de l'Usine Digitale. « Nous avons une utilisation très non conventionnelle de l'IA, nous ne faisons pas un chatbot ou un LLM classique et AWS sait trier dans la palette de ses services les plus adaptés par rapport à notre cas

d'usage, c'est un vrai différenciant.»



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