

3 informations pour bien commencer la journée : Blablacar, Kaspersky et Feed

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Blablacar, Kaspersky et Feed.

Temps de lecture : minute

15 octobre 2019

Béatrice Dumurgier, nouvelle COO de BlaBlaCar

Depuis le 1er octobre, Béatrice Dumurgier occupe le poste de Chief Operating Officer (COO) chez [BlaBlaCar](#). Installée à Paris, elle sera chargée des opérations globales de covoiturage et de bus. En pleine expansion en France et à l'international, la plateforme de transport multimodal a choisi une femme d'expérience pour l'aider dans son développement. Béatrice Dumurgier était CEO de BNP Paribas Personal Investors depuis 2016. Auparavant, elle a travaillé chez Cetelem et à la Banque de Détail en France. En rejoignant BlaBlaCar, elle s'est lancée un challenge : "en faire la plateforme globale de référence de la mobilité partagée".

Kaspersky alerte sur les cyber-attaques contre les bâtiments connectés

Selon l'éditeur d'antivirus [Kaspersky](#), près de 40% des bâtiments connectés ont fait l'objet d'une tentative de cyber-attaque au 1er semestre 2019. L'entreprise se base sur les relevés télémétriques de 40 000 de ses solutions déployées dans des bâtiments connectés (gestion des ascenseurs, de la climatisation, de l'approvisionnement en eau et électricité, des accès, de la vidéo-surveillance...).

Certes, les relevés ne permettent pas de faire la différence entre attaques génériques visant toute sorte d'équipement informatique et attaques ciblées. "*Manque de sophistication ne veut pas dire absence de danger*", met en garde Kaspersky. Des bâtiments connectés mal protégés peuvent laisser sortir des informations importantes sur les entreprises hébergées, ou se retrouver complètement paralysés par une attaque, souligne-t-il.

Feed signe un partenariat avec le suédois Karma pour lutter contre le gaspillage alimentaire

Karma a développé une application qui permet aux acteurs de l'alimentaire de revendre à petits prix leurs invendus aux consommateurs. L'entreprise a déjà séduit une partie de l'Europe au cours des trois dernières années. À Paris depuis janvier 2019, elle a décidé de s'associer à des marques pour agrandir son portefeuille de produits et consolider son marché. Elle signe un partenariat avec Feed, une marque de repas équilibrés en format pratique. Sous forme de pâte à tartiner, de poudre ou de barres, les produits offrent une alternative saine et rapide à la fast food. Cette association permettra à Feed d'élargir sa cible et d'accroître sa notoriété en évitant tout gaspillage alimentaire.

Article écrit par Anne Taffin