

Mastercard, Stripe, L'Oréal... 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 : Mastercard, Stripe, L'Oréal, Les Mousquetaires, Amazon.

Temps de lecture : minute

14 juin 2024

Treezor et Mastercard renforcent la sécurité de l'écosystème BaaS

Treezor, leader européen du Banking-as-a-Service, annonce l'extension de son partenariat avec Mastercard en intégrant deux nouveaux outils de sécurité, RiskRecon et AML Account Risk, à son écosystème. En réponse à la digitalisation croissante des services de paiement et l'augmentation des risques de fraude, RiskRecon permettra à Treezor d'évaluer les risques cyber liés aux relations commerciales, en analysant et rationalisant les risques encourus par ses clients, fournisseurs et partenaires. Ce dispositif prévient et traite les failles potentielles en conformité avec la réglementation européenne DORA.

AML Account Risk, quant à lui, est conçu pour détecter plus efficacement le blanchiment d'argent par transactions, s'alignant avec les priorités de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme en Europe et en France. Treezor bénéficiera en avant-première de cet outil suite à une phase pilote menée avec les experts de Mastercard.

Alma s'associe à Stripe pour offrir un paiement fractionné à plusieurs centaines de milliers d'entreprises

Alma annonce un partenariat avec Stripe afin de donner la possibilité à des centaines de milliers d'entreprises utilisant Stripe d'intégrer les solutions de paiement fractionné d'Alma directement sur leurs sites. Avec 42% des Français ayant utilisé ce mode de paiement en 2023, ce partenariat devrait représenter un véritable levier de croissance augmentant les revenus d'environ 20% tout en réduisant les abandons de panier. L'intégration native permet aux utilisateurs de Stripe d'activer rapidement le paiement fractionné et permet un pilotage unifié des flux de paiement via le tableau de bord Stripe.

Aive séduit L'Oréal et les entreprises du CAC40 avec son IA de post-production vidéo

Aive, startup spécialisée dans l'intelligence artificielle appliquée à la vidéo, a annoncé le lancement officiel de sa plateforme après quatre ans de recherche et de développement. Utilisant la technologie Meta Generative Technology (MGT), Aive automatise la post-production vidéo pour répondre aux besoins des grandes entreprises en matière d'adaptation de contenu. En effet, avec plus de 82% du contenu internet basé sur la vidéo, et sa consommation multipliée par 17 avec les réseaux sociaux, Aive permettra aux entreprises de créer et adapter leurs vidéos pour différents formats et plateformes, tout en garantissant une qualité créative optimale.

La startup dispose de premiers utilisateurs comme L'Oréal, LVMH, Stellantis, TBWA et Meta. La startup, quant à elle, se prépare à étendre sa technologie à de nouveaux marchés et industries et ambitionne de devenir un leader mondial de l'IA vidéo.

Les Mousquetaires lancent la 2ème édition du « Défi Innovation »

Le Groupement Les Mousquetaires renouvelle son appel à projets « Défi Innovation » avec une deuxième édition centrée sur l'intelligence artificielle, après le succès de la première édition en 2021. Ce projet vise à identifier et soutenir des solutions innovantes face aux défis opérationnels, sociétaux et environnementaux de la grande distribution. Trois thématiques sont mises en avant : l'IA au service de l'Expérience Client, l'IA au service de l'Efficiency des points de vente, et l'IA au service d'un Commerce Responsable.

Les candidats sélectionnés bénéficieront d'une étude de faisabilité avec un budget de 10 000 euros, d'un corner dédié au showroom des innovations des Mousquetaires et d'une visibilité auprès de plus de 3 000 chefs d'entreprise. Les startups auront également accès à un programme de mentoring avec Schoolab, avec des ateliers, des événements et un accès aux incubateurs.

AWS s'engage pour les startups en intelligence artificielle générative

Amazon Web Services annonce un investissement de 230 millions de dollars pour soutenir les startups en intelligence artificielle générative à travers le monde. Ce programme vise à accélérer la création d'applications IA innovantes. Les startups sélectionnées bénéficieront de crédits AWS, de mentorat et de formation pour développer et commercialiser leurs solutions.

Le programme accueillera 80 startups en phase de démarrage, qui pourront bénéficier jusqu'à 1 million de dollars en crédits AWS chacune. Les participants auront accès à des technologies avancées telles que AWS

Trainium et AWS Inferentia2, ainsi qu'à Amazon SageMaker pour créer et former leurs modèles IA. En collaboration avec NVIDIA, les startups recevront également des sessions techniques et seront invitées à rejoindre le programme NVIDIA Inception. Les candidatures pour le programme sont ouvertes jusqu'au 19 juillet, et la sélection des participants est prévue pour le 10 septembre.

"AWS a été instrumental pour nous permettre de faire évoluer notre plateforme d'intelligence artificielle générative pour répondre à la demande croissante de notre communauté mondiale d'utilisateurs. Leur infrastructure robuste d'intelligence artificielle générative nous a aidés à réduire les coûts d'inférence de 60 % et à accélérer la vitesse d'inférence de nos modèles linguistiques jusqu'à 35 %", affirme Jachin Bhasme, cofondateur et COO de Leonardo.AI. *"L'accélérateur a également été une expérience incroyable pour nous. Le mentorat commercial et technique que nous avons reçu et les connexions que nous avons établies ont joué un rôle crucial dans la définition de notre produit et de notre stratégie."*



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