

Sopra Steria, Guy Hoquet l'Immobilier, Monoprix, Fnac Darty... 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 : Sopra Steria, Guy Hoquet l'Immobilier, Monoprix, Fnac Darty.

Temps de lecture : minute

8 novembre 2024

En Bretagne, Sopra Steria annonce la 11e édition de Break The Code dédiée aux étudiants

Sopra Steria organise la 11e édition de Break The Code, sa compétition annuelle de programmation et d'algorithmie destinée aux étudiants d'écoles d'ingénieurs et d'universités. L'édition 2024, ouverte aux étudiants en informatique de Bretagne, se tiendra à Brest le 14 novembre et à Rennes le 28 novembre. Ces soirées réuniront les participants autour de défis techniques dans les domaines de la cryptographie, de la sténographie et de l'algorithmie, avec des épreuves conçues par les experts de Sopra Steria. L'objectif ? Offrir l'opportunité aux étudiants de se mesurer à leurs pairs pendant 1H30, tout en développant leurs compétences auprès de bénévoles de l'entreprise. Les équipes concourront également pour de nombreux lots, parmi lesquels des écrans PC pour gamers, des coffrets d'activités sportives et des jeux de

construction Lego. L'an dernier, Break The Code a rassemblé 217 étudiants issus de 12 établissements bretons. L'inscription pour les étudiants est ouverte jusqu'au 8 novembre pour Brest et jusqu'au 22 novembre pour Rennes.

Guy Hoquet Immobilier accélère sa transformation digitale avec Vialink

Guy Hoquet l'Immobilier, troisième réseau d'agences immobilières avec 3200 collaborateurs répartis dans 520 agences et 25 000 transactions enregistrées en 2023, annonce la digitalisation du parcours locatif avec un processus de vérification automatique en partenariat avec la startup Vialink, afin de simplifier la vérification des dossiers pour les agents et sécuriser les échanges pour les clients. En parallèle, le groupe a lancé sa plateforme e-learning assistée par intelligence artificielle pour ses conseillers et organise cette année encore la Journée des Startups en collaboration avec « Les Cousins », où les jeunes entreprises de la Proptech et de la French Tech viendront partager leurs innovations, et certaines d'entre elles étant déployées dans les agences du réseau pour anticiper les besoins de l'immobilier de demain.

La boîte à histoires tonies® s'installe dans les Monoprix en Île-de-France pour les fêtes de fin d'année

La marque de plateformes audio pour enfants tonies®, qui a déjà conquis plus de 7 millions de foyers, vendra désormais ses boîtes Toniebox dans 70 magasins Monoprix, essentiellement en Île-de-France. En plus de

vendre sa boîte rouge, les clients pourront acheter plusieurs figurines interactives (Disney, Pat' Patrouille, Simon, Petit Ours Brun). Ce dispositif vise à renforcer la présence de tonies® sur le marché français, où la marque a déjà vendu 88 millions de figurines dans plus de 100 pays. À terme, tonies® prévoit une disponibilité de plus de 160 figurines audio pour le marché français.

« Face à une demande croissante au cœur des villes, nous avons souhaité compléter notre réseau de distribution et ainsi, nous l'espérons, satisfaire un maximum de familles à l'approche des fêtes de fin d'année » affirme Sophie Anatole, Senior Retail Manager chez tonies® France.

Salesforce investit 1 million de dollars en France pour former 1120 jeunes à l'intelligence artificielle

Salesforce annonce un financement du programme « Tech your Future with AI » à hauteur d'un million de dollars. Ce programme, qui sera mené sur deux ans, vise à former plus de 1120 jeunes de 15 à 24 ans issus de Quartiers Prioritaires de la Ville en intelligence artificielle. Ce programme a pour objectif de réduire le chômage des jeunes, dont près de 25 % sont sans emploi ni formation dans les zones ciblées, et s'appuie sur les expertises de trois associations partenaires : Fondation Mozaïk, qui lutte contre les discriminations à l'embauche, Konexio, qui forme les publics éloignés de l'emploi aux compétences numériques, Diversidays, qui agit pour l'inclusion des talents sous-représentés dans le numérique. Ce soutien s'inscrit dans la continuité de l'engagement philanthropique de Salesforce, qui consacre 1 % de son temps, de ses produits et de ses capitaux à des initiatives caritatives. En septembre 2024, Salesforce avait déjà annoncé un investissement de 50 millions de dollars pour

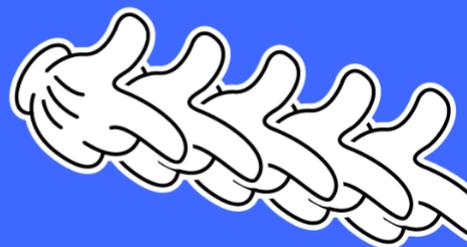
promouvoir la formation gratuite en IA, ainsi que l'ouverture de centres de formation IA dans ses bureaux internationaux.

« L'intelligence artificielle est une révolution pour les entreprises comme pour la société. Mais pour en faire un véritable levier d'inclusion et pour que chacun puisse y trouver sa place, la formation et l'éducation doivent devenir la mère de toutes les batailles » conclut Emilie Sidiqian, CEO de Salesforce France.

Fnac Darty lance le premier passeport digital des appareils électroménagers pour une consommation plus durable

66 % des Français redoutent d'être trompés lors d'un achat de seconde main, et 56 % craignent de se retrouver avec un appareil inutilisable. Pour favoriser la consommation de seconde main, Fnac Darty propose le premier passeport digital des produits électroménagers, en partenariat avec l'éco-organisme ecosystem et en utilisant la technologie blockchain de la startup [Ariane](#). Développé sous la forme d'un QR code, ce passeport unique permet aux consommateurs d'accéder à toutes les informations sur le cycle de vie de leurs appareils, de la fabrication au recyclage. Déjà disponible sur 4000 appareils « collectors » ayant servi au Village Olympique de Paris 2024, ce dispositif regroupe un historique complet de l'objet : fabrication, vente, réparations, reconditionnement et revente. Il inclut également une fiche d'entretien et des notifications pour rappeler les gestes de maintenance préventive, destinés à prolonger la durée de vie de ces appareils. En effet, face aux réticences des consommateurs sur le marché de l'occasion, le passeport digital de Fnac Darty souhaite rassurer les acheteurs sur l'origine et le bon fonctionnement des produits.

CORPO HEBDO



À lire aussi

Mastercard, Ville de Marseille, AWS... Les 3 infos corpo à retenir cette semaine



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