

La Mutuelle Générale, Monoprix, BearingPoint, Google... Les 4 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 : La Mutuelle Générale, Monoprix, BearingPoint, Google.

Temps de lecture : minute

15 novembre 2024

Mendo accompagne La Mutuelle Générale dans l'adoption des IA génératives pour 300 de ses collaborateurs

91 % des dirigeants estiment que les bénéfices de l'IA surpassent les risques, et cette collaboration répond à la nécessité d'un accompagnement en matière d'acquisition des compétences spécifiques, telles que le prompting et la collaboration avec l'IA. A ce titre, La Mutuelle Générale renforce son plan de transformation digitale en faisant appel à Mendo pour accompagner ses équipes dans l'adoption des IA génératives.

Mendo, startup fondée en 2021 et spécialisée dans les formations SaaS, déploie son outil MendoGPT pour former les collaborateurs à Copilot. Ce programme cible 300 collaborateurs sélectionnés et s'appuie sur un modèle de micro-learning flexible et gamifié basé sur des sessions d'onboarding, des webinars spécialisés et un challenge interne pour motiver les équipes. La startup souhaite ainsi offrir un parcours de

formation immersif et adapté au métier et au niveau d'expertise de chaque salarié.

BearingPoint et Sellia révolutionnent le Customer et Credit Management avec une solution IA dédiée aux entreprises B2B

La fintech Sellia, lancée par BearingPoint, propose une nouvelle solution SaaS intégrant IA et IA générative pour optimiser le Customer et Credit Management dans les entreprises B2B. L'objectif ? Offrir un profilage ultra-précis des clients et prospects grâce à des analyses prédictives basées sur des données internes et externes.

En effet, le contexte économique actuel pousse les entreprises à vouloir mieux gérer leurs risques financiers tout en dynamisant leur croissance commerciale. Sellia permet de répondre à cette double exigence en réduisant de 50 % le temps consacré aux vérifications de solvabilité, en simplifiant le processus de décision de crédit, et en assurant une meilleure visibilité sur le potentiel commercial de chaque client.

HappyVore démocratise les produits végétaux surgelés chez Monoprix pour mieux se déployer au niveau national

HappyVore lance une gamme de quatre produits surgelés en exclusivité chez Monoprix : steaks végétaux, nuggets, Croq'Coulis tomate et chipos végétales. Cette nouvelle offre répond à une forte demande des consommateurs, car 60 % des acheteurs de produits surgelés souhaitent davantage de variété végétale et 42 % aimeraient pouvoir stocker des alternatives végétales en format surgelé pour plus de praticité.

La gamme surgelée, qui vise le marché national d'ici 2025 offrira un prix

au kilo avantageux et plus de praticité. Présente dans plus de 5000 points de vente en France et proposée dans 4000 restaurants, la marque propose déjà 18 produits et prévoit d'élargir cette gamme avec une cinquième référence, les suprêmes végétaux, renforçant ainsi son rôle de leader sur le marché français de l'alimentation végétale. HappyVore prévoit d'atteindre 30 millions d'euros de chiffre d'affaires pour le segment des produits surgelés.

XXII et Google Cloud collaborent pour le lancement des Vision Language Models

La startup française XXII, fondée en 2015 et spécialiste de la vision par ordinateur, s'associe avec Google Cloud pour le lancement des Vision Language Models (VLM). Cette technologie, annoncée devant 200 investisseurs, partenaires et clients lors d'un événement à Google France, permet de comprendre et d'interpréter le contenu visuel et sonore des vidéos en temps réel. Intégrée dans la solution CORE de XXII, cette avancée technologique trouve des applications concrètes dans divers secteurs, dont le retail, l'industrie et les transports.

Suite à cette annonce, groupe CMA CGM, partenaire de longue date de XXII, a annoncé son entrée au capital de la startup, afin de déployer les VLM sur ses terminaux portuaires pour renforcer la sécurité et l'efficacité opérationnelle. La startup souhaite ainsi transformer les pratiques d'analyse vidéo en Europe, en permettant aux entreprises d'utiliser les données visuelles pour améliorer leur compétitivité et automatiser des tâches complexes.

CORPO HEBDO



À lire aussi

Sopra Steria, Guy Hoquet l'Immobilier, Monoprix, Fnac Darty...
Les 5 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