

Innovation et grands groupes : toujours sous le signe du Covid-19 cette semaine

Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. En cette période particulière, ils sont nombreux à retrousser leurs manches et à se mobiliser pour la résolution de la crise. Mis à l'honneur aujourd'hui : EDF, Supermarché Match, Seb, JCDecaux ou encore le groupe Point Vision.

Temps de lecture : minute

24 avril 2020

Seb s'engage à produire un respirateur artificiel à bas coûts

Le groupe français Seb, spécialiste mondial de l'équipement domestique, s'est engagé cette semaine à produire le respirateur artificiel à bas coûts MakAir, dont le coût de production serait évalué à 1 000 euros, contre plusieurs dizaines de milliers d'euros pour les respirateurs existants. Le projet de prototypage a été porté par 250 bénévoles et piloté par la CEA de Grenoble, grâce notamment à l'aide financière de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Des essais cliniques sont en attente d'autorisation.

Supermarché Match et yper s'engagent en faveur d'un service de livraison solidaire

Après [Chronodrive](#), c'est au tour de Supermarché Match de s'associer à la

startup yper pour une livraison plus solidaire dédiée aux personnes les plus vulnérables et dans le besoin. Disponible dans 600 communes de France, le service est, depuis le 22 avril et jusqu'au 11 mai, offert (versus payant en-dessous de 90 euros d'achat) aux personnes sensibles et à celles qui se mobilisent pour la santé et la sécurité des français, sans minimum d'achat et dans un rayon de 10 kilomètres autour du point de vente, via le service de commandes drive.

EDF interroge sa communauté pour imaginer le monde d'après

Jusqu'au 25 mai prochain, EDF, à travers sa plateforme EDF Pulse & You, propose à sa communauté de plus de 4000 membres de réfléchir ensemble au "monde d'après" à travers une campagne imaginée avec Sociovision (groupe IFOP). L'idée ? Les faire réagir sur six tendances identifiées par les organisateurs : le recours au numérique, le retour à l'essentiel, la consommation rationnelle, le collectif, la santé ou encore le travail en mutation. Et à prendre part aux échanges et aux contributions en ligne pour mieux comprendre ce que les français souhaitent pour demain.

Le groupe Point Vision s'allie à la startup de téléconsultation Qare pour faciliter l'accès aux soins ophtalmologiques

Leader de la santé visuelle, le groupe Point Vision s'est associé cette semaine à la startup Qare, spécialiste de la téléconsultation en France depuis 2016. Ce partenariat est né d'une volonté commune : répondre à l'enjeu de la continuité des soins ophtalmologiques en période de confinement. 35 centres Point Vision vont ainsi pouvoir bénéficier de la solution Qare et proposer un accès facilité aux patients.

JCDecaux met à disposition 391 écrans publicitaires digitaux pour soutenir la campagne dédiée à la sauvegarde du patrimoine et au tourisme local

Lancée par le collectif Patrimoine 2.0 (réunissant depuis mars dernier startups, gestionnaires de monuments historiques, associations, fondations etc.) pour soutenir les acteurs du tourisme et du patrimoine fortement touchés la crise, la campagne de communication "Cet été je visite la France" (et le hashtag #Cetétéjevisitelafrance) est depuis cette semaine visible dans nos villes à travers des centaines d'écrans digitaux mis à disposition gracieusement par le groupe JCDecaux. Parmi les 391 écrans concernés, 233 seront visibles directement dans les vitrines des Monoprix et 158 se trouveront en cœur des villes. Diffusée à la fois dans des grandes villes comme Paris, Lyon, Marseille, Nice ou Nantes et sur tout le territoire, la campagne prendra la forme d'une vidéo de dix secondes dévoilant les images de plusieurs lieux emblématiques du patrimoine français (village de la Madeleine, château de Commarque etc.).

—

Vous êtes un grand groupe et avez une actualité #innovation, #startup à nous partager ? N'hésitez pas à nous écrire à cette adresse : caroline@maddyness.com