

Télégrammes : le milliard pour Gmail, Stallergenes repart, TalkTalk l'après-piratage, IBM gobe Aperto

Gmail atteint le milliard d'utilisateurs. Le service de messagerie de Google entre dans le cercle très fermé des applications milliardaires (au même rang que Facebook et plus récemment WhatsApp). La firme de Mountain View a donné ce chiffre lors de la présentation des résultats financiers. On notera que la mobilité est un fort levier de croissance pour Gmail. En effet, sur le milliard d'utilisateurs, 75% accèdent à leurs comptes via un terminal mobile. Pour Sundar Pichai, ce service de messagerie n'a cessé d'intégrer de nouvelles technologies comme le Machine Learning ou des fonctionnalités comme le smart reply (réponse automatique suggérée en fonction de l'utilisateur). La concurrence peut encore produire quelques efforts, Outlook et Yahoo Mail revendiquent 'seulement' 400 et 225 millions de clients respectivement.

Stallergenes : le système SAP réparé. A l'arrêt depuis une décision de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) le 2 décembre dernier, l'usine de production du fabricant français d'allergènes et de préparations sur mesure pour la désensibilisation reprend sa production, sur une partie des produits, a annoncé hier la firme. Rappelons que l'ANSM avait pointé [des erreurs de délivrance](#) dans les produits destinés aux allergiques « après la mise en place d'un nouveau système informatique » en août dernier. Selon l'agence, le nouveau système – basé sur la solution SAP Hana et confié à l'intégrateur Deloitte – n'avait pas fait l'objet d'une « validation complète » avant sa mise en production par Stallergenes. « Les perturbations opérationnelles provoquées par le déploiement de notre système informatique sont totalement résolues », affirme désormais le PDG du groupe, Fereydoun Firouz, cité par nos confrères du Figaro.

TalkTalk : un piratage, 100 000 clients perdus. Le fournisseur d'accès britannique TalkTalk sait désormais combien coûte une faille de sécurité majeure : depuis [son piratage en octobre dernier](#), au cours duquel les données personnelles de 155 000 personnes avaient été dérobées, le FAI britannique a perdu 101 000 clients. La brèche a rendu inopérants ses canaux commerciaux ; ces derniers n'ayant été pleinement remis en service qu'en janvier 2016. Le déficit en recrutement de nouveaux clients vient donc s'ajouter au départ d'abonnés été choqués par la légèreté du prestataire, qui connaissait là son troisième piratage. Lors de l'annonce de ses résultats financiers, TalkTalk a également précisé que l'incident lui coûterait entre 40 et 45 millions de livres. Soit davantage que ses estimations initiales. La direction du groupe assure toutefois que le taux de départ de ses abonnés et le recrutement de nouveaux clients retrouvent peu à peu des niveaux normaux.

Et de deux avec Aperto. IBM vient de s'offrir, en l'espace de quelques jours, deux agences de marketing digital. La semaine dernière, Big Blue s'attachait les services de [Resource/Ammirati](#), une agence de marketing et de création spécialisée dans le numérique. Aujourd'hui, Big Blue a mis la main sur Aperto, une société allemande spécialisée aussi dans le marketing digital. Les deux entreprises rachetées vont intégrer la même division IBM iX (Interactive Experience). La distinction

entre les deux agences réside dans leurs portefeuilles clients. Ressource/Ammirati revendique plutôt des clients américains comme Birchbox, DSW, Nestlé, White Castle et Victoria's Secret. De son côté, Aperto cible des entreprises européennes, comme Airbus Group, Volkswagen ou Siemens.

Crédit photo : Aleksandar Mijatovic-Shutterstock