

# Auchan, Sushi Shop... Les 4 infos corpo à retenir cette semaine

*Chaque semaine, Maddyness fait le point sur l'actualité des grands groupes en matière d'innovation. En ce moment, des startups les accompagnent pour lancer de nouvelles offres. Mis à l'honneur : Auchan, Sushi Shop, la Banque Wormser Frères et Orange.*

Temps de lecture : minute

---

15 octobre 2021

## Auchan encourage l'agriculture biologique avec Transition

Auchan vend, à partir du mois d'octobre 2021, les produits de Transition. Cette marque se revendiquant "*éthique et sociale*" cherche à faciliter le passage au bio des agriculteurs, en les rémunérant justement durant la période de transition. Cette dernière consiste, pour les professionnels, à cultiver en suivant un cahier des charges précis deux à trois ans avant de pouvoir vendre leurs fruits et légumes avec l'étiquette bio : ils ne peuvent ainsi pas répercuter la pression financière induite sur le prix des produits. En appuyant une marque aussi engagée que Transition, Auchan ambitionne de "*réaffirmer ses engagements RSE*". Le prix des produits de Transition, fixé en accord avec le producteur, prend en compte les surcoûts de production liés à cette conversion. Jus, miel, farine... La marque propose une dizaine de produits du quotidien. D'ici à janvier, 90 agriculteurs viendront grossir les rangs de ses partenaires. Un chiffre qui montera jusqu'à 500 d'ici à 2023, avec l'appui d'Auchan.

# Sushi Shop numérise les acomptes sur salaire avec Stairwage

Sushi Shop fait appel à Stairwage dans le but d'améliorer la qualité de vie de ses salariés. En numérisant et simplifiant l'acompte sur salaire, la jeune pousse permet aux ressources humaines de l'enseigne de vente à emporter de gagner du temps et à ses salariés de mieux piloter leur budget. Depuis l'application Stairwage, directement intégrée au logiciel de paie de l'entreprise, ces derniers peuvent obtenir à tout moment une partie du salaire déjà gagné. L'acompte sur salaire est une obligation encore méconnue pour l'employeur, ce qui implique qu'il est peu réclamé... voire complexe à obtenir. Alors que 65 % des actifs français se disent stressés financièrement selon une étude Panorabanques, ils ont peu d'options : un crédit à la consommation ou les agios de leur banque. Stairwage vante une solution "*sans impact sur la trésorerie des entreprises*" clientes, car elle avance pour elles les acomptes sur salaires. "*L'objectif : attirer les talents et fidéliser les collaborateurs après la crise que le secteur de la restauration a traversée, en offrant un cadre de travail plus serein*" , a noté dans un communiqué Jean-Baptiste Tilloy, directeur RH chez Sushi Shop.



À lire aussi

L'investissement corporate séduit surtout les banques et assurances

## La Banque Wormser Frères développe le BaaS avec SaGa Corp

La Banque Wormser Frères, qui se présente comme une des dernières banques familiales et indépendantes en France, propose à l'écosystème financier tout un panel de services bancaires avec [SaGa Corp](#).

L'établissement bancaire, créé en 1936, contribue à améliorer l'expérience utilisateur de la plateforme de la FinTech. Une dizaine de sociétés bénéficient déjà des outils banking-as-a-service proposés conjointement par les deux partenaires, tels que l'émission instantanée de cartes virtuelles par API, le web banking en marque blanche ou encore une plateforme de cartes de paiement en marque grise. Ce service est le fruit d'une collaboration longue de plusieurs années, qui résulte aujourd'hui en une capacité de déploiement "*en 10 jours pour un produit cartes virtuelles personnalisé*" et "*en moins de 50 jours pour un produit cartes physiques sur mesure aux couleurs du partenaire*". "*SaGa Corp et la Banque Wormser Frères continuent à faire évoluer tout l'écosystème financier actuel. Nous sommes fiers de proposer des solutions innovantes et uniques*", a déclaré par voie de communiqué Marc Wormser, directeur général de la Banque Wormser Frères.

## Orange lance la quatrième saison du programme #FemmesEntrepreneuses

[Orange](#) ouvre le recrutement en vue de la quatrième saison de son programme #FemmesEntrepreneuses. Initié en 2018, ce dernier vise à

encourager et soutenir l'entrepreneuriat féminin en France, ainsi que le développement de startups fondées ou co-fondées par une femme. *"Seules 10 % des startups sont fondées par des femmes et ne recueillent que 7 % du total des levées de fonds hexagonales"* , pointe le groupe de télécoms. En France, 320 femmes ont déjà bénéficié du programme, qui affirme que *"71 % des projets de la saison 3 sont en cours de développement ou de commercialisation"*. La nouvelle saison recrutera 100 entrepreneuses, basées dans toutes les régions de France. *"Une attention particulière sera portée aux créatrices d'entreprises en zone péri-urbaine et en ruralité"* , note Orange, qui rappelle mobiliser 150 experts lors d'un accompagnement de neuf mois. *"La révolution numérique n'est pas que technologique, elle est aussi culturelle. Elle porte des impératifs d'égalité et de diversité, d'autant plus nécessaires en période de relance économique"* , a ainsi estimé dans un communiqué Fabienne Dulac, directrice générale d'Orange France.

---

Article écrit par Maddyne