

Metro, Burger King... 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 : Metro, Burger King, Pernod Ricard et Jacadi.

Temps de lecture : minute

27 mai 2022

Metro déploie le crédit mobilité grâce à Betterway

Dans un contexte de hausse des prix du carburant et avec l'essor des mobilités alternatives lié à la crise sanitaire, Metro a décidé de mettre les bouchées pour déployer le crédit mobilité en son sein. Cet avantage pour les salariés se présente comme une enveloppe budgétaire dédiée à remplacer en partie ou totalement la voiture de fonction. Pour le mettre en place, Metro adopte la solution Betterway, une FinTech française créée en 2019 qui développe une carte de paiement dédiée à la mobilité. Les cadres de Metro qui veulent abandonner leur voiture de fonction peuvent maintenant se voir attribuer un budget mobilité, via la carte Betterway, utilisable pour les trajets domicile-travail, personnels et familiaux. *"Nous souhaitons encourager et promouvoir une mobilité plus durable, plus accessible et plus simple. C'est dans cette optique que nous avons fait appel à Betterway pour mettre en place le crédit mobilité, explique Méline Pouchain De Vita, Responsable des services aux collaborateurs de Metro, par voie de communiqué. Désormais, avec une simple carte de crédit, nos collaborateurs peuvent acheter un vélo, une trottinette, acheter des billets de train ou louer un véhicule. Par sa simplicité et son*

exhaustivité, cette solution rencontre l'approbation de nos utilisateurs."

Burger King veut séduire les végétariens avec le bacon végétal La Vie

La FoodTech La Vie a le vent en poupe en cette année 2022. Après avoir levé 25 millions d'euros en janvier 2022, la société vient de signer un partenariat avec Burger King. Grâce à cet accord, La Vie fournira en bacon à base de plantes les 440 magasins de la chaîne américaine de fastfood dans l'Hexagone pour alimenter le "Steakhouse veggie" . En mars dernier, c'était déjà sur le bacon végétal de cette marque qu'avait misé Burger King dans le cadre du lancement de son premier restaurant 100% vegan à Londres. *"Ce partenariat stratégique va nous faire grandir en tant que startup"* , se réjouit Nicolas Schweitzer, fondateur et directeur de La Vie, interviewé par Les Echos. Selon lui, cette annonce permettra à la jeune pousse de doper son chiffre d'affaires de manière *"très significative"* .



À lire aussi

"Le corporate venture est un outil d'innovation"

OuiLive aide Pernod Ricard à répondre à ses besoins RSE et RH

Afin de bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour répondre à ses besoins RSE et RH, le groupe français de fabrication et de distribution de vins et spiritueux fait appel à OuiLive, une startup experte de la QVT (Qualité de Vie au Travail). Cette collaboration fait suite à la première édition du Challenge The Good Games, un événement sportif organisé par la startup en octobre 2021 au profit de solutions solidaires et durables, auquel Pernod Ricard avait répondu présent. Le groupe a donc décidé de se tourner vers l'offre "Play" de OuiLive, un service qui permet aux entreprises d'organiser leur propre challenge sur mesure, qui durera une semaine tous les mois. Un moyen de souder les équipes tout en les engageant dans les démarches RSE de l'entreprise.

Jacadi personnalise son expérience utilisateurs avec Potions

À la suite d'un appel à candidatures lancé en fin d'année 2021 par Jacadi auprès des fournisseurs de solutions de recommandations de produits pour l'e-commerce, c'est finalement Potions qui a été choisie. Grâce à cette collaboration, la startup équipe l'e-boutique française de la marque ainsi que neuf de ses sites à l'international. Potions renforce par la même occasion sa position sur le marché de la personnalisation de l'expérience utilisateurs. Plusieurs éléments ont penché dans la balance en faveur de Potions, comme sa technologie s'appuyant sur l'Edge Computing, qui permet de personnaliser l'expérience utilisateurs sans cookies, mais aussi la facilité d'implémentation de cette solution, qui ne nécessite qu'un tag à ajouter, sans nécessité d'API ni de back office dédié. Des arguments qui, avant de séduire Jacadi, ont déjà convaincu une cinquantaine d'e-commerçants, à l'image d'Alltricks (groupe Decathlon), Wonderbox et Figaret.

Article écrit par Maddyness