

En bref, les actus de Merci Raymond, Just Rent, Eiver et The Ramp

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Merci Raymond, Just Rent, Eiver et The Ramp.

Merci Raymond veut verdir les villes avec Aigle

Merci Raymond noue un partenariat avec Aigle afin d'encourager le développement de projets de végétalisation des espaces urbains. Au cours des dix derniers jours, la marque de prêt-à-porter a reversé 10 % de ses bénéfices à la startup dans le but de financer des projets tels que des fermes urbaines et périurbaines. Cette opération, éphémère, pourrait être renouvelée à intervalles réguliers. Merci Raymond estime qu'une telle collaboration lui permet notamment d'accélérer ses actions dans les grandes métropoles françaises. Aigle y voit, pour sa part, un moyen de renforcer ses engagements en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE) ainsi que de sensibiliser un public plus large aux enjeux environnementaux.

Just Rent et Eiver s'associent pour une

conduite responsable

La startup Just Rent, qui permet de louer tous types de véhicules par le biais de son application, initie un partenariat avec Eiver. Cette dernière est une GreenTech qui permet aux conducteurs d'être récompensés s'ils adoptent une éco-conduite. Pour favoriser une conduite plus respectueuse de l'environnement, les jeunes pousses inciteront les clients de Just Rent à économiser du carburant et à garantir davantage de sécurité. Ainsi, chaque trajet effectué avec un véhicule de la flotte de l'entreprise génère des points d'expérience et des crédits, convertibles en réductions exclusives. Les freinages moins brusques, par exemple, seront un des bons comportements qu'elles souhaitent promouvoir au volant. Les utilisateurs pourront également participer à des défis et comparer leurs performances entre eux.

The Ramp intègre Waze à sa plateforme de publicité locale

The Ramp, à l'origine d'une solution permettant d'accompagner les agences et enseignes à développer la visibilité locale des points de vente, collabore avec Waze. L'application d'assistance à la navigation, propriété de Google, sera intégrée comme nouveau levier d'activation de la plateforme de publicité locale de la startup. Un partenariat qui doit permettre de « cibler l'audience des automobilistes proches de la zone de chalandise » des clients selon cette dernière, qu'il s'agit d'un moyen d'innover en matière de « drive-to-store ». Pour rappel, The Ramp avait précédemment intégré Google, YouTube, Facebook, Instagram et LinkedIn. La jeune pousse affirme avoir géré 11 000 campagnes publicitaires pour quelque 6 000 annonceurs à date.