

L'application Rob incite à se tourner vers les transports responsables

Pour favoriser l'émergence de comportements plus vertueux, l'application Rob mise sur les récompenses. Avec elle, vous cumulez des points échangeables contre des bons de réduction et des cartes cadeaux "éthiques".

Plus vous voyagez, plus vous gagnez des miles. Si la recette, employée par les grandes compagnies aériennes est alléchante pour les clients, elle l'est beaucoup moins pour la planète. « *40 ans après leur création, les systèmes de récompense dans l'aérien n'ont toujours pas évolué au contraire de la mobilité qui tend vers une consommation plus responsable* ». Lorsqu'ils réalisent ce constat, David Atlan et Thibaut Arnould, deux ingénieurs niçois de 26 ans, décident d'y remédier. Pour inciter les Français·e·s à adopter un comportement plus vertueux, ils ont décidé de les récompenser. Leur application, Rob, agit comme une carte de fidélité.

Inciter des comportements plus responsables

Chaque trajet effectué en scooter électrique, en vélo en libre service, en train et même en avion, permet de cumuler des points. Les trajets réalisés via des transports « verts » sont mieux récompensés. Pour récolter ces fameux miles, rien de plus simple. Les utilisateurs·rices peuvent scanner leur facture ou connecter leur carte bancaire à Rob qui détectera automatiquement le paiement des vos voyages.

Ces fameux points fidélité peuvent être transformés en bons de réduction pour

utiliser des transports « green » ou recevoir des cartes cadeaux « éthiques et lifestyle ». Parmi les enseignes partenaires, on trouve Nature & Découvertes, Coral Guardian ou encore Amazon. Pourtant le géant de l'e-commerce est loin d'être un pionnier de l'écologie. « *On compte sur toi pour faire des achats responsables* », souligne la startup. À chacun donc de prendre ses responsabilités.

En quête de financement pour développer sa solution

Créée en octobre dernier, la startup a récemment lancé sa campagne de crowdfunding sur KissKissBankBank pour récolter 4 000 euros. Avec cette somme, elle lancera son produit et continuera à développer de nouveaux services pour l'enrichir. Rob a déjà su convaincre plusieurs partenaires comme Oui.SNCF, Tier (trottinettes) ou encore Grenoble INP. En quelques jours, sa campagne a déjà atteint le double de son objectif initial.

La campagne de Rob est ouverte jusqu'au 12 octobre.

Article écrit par ANNE TAFFIN