

En bref, les actus de Nickel, Audion et Le Closet

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Nickel, Audion et Le Closet.

Nickel s'allie à Ria Money Transfer et Monisnap

La néobanque Nickel s'associe avec la société de transfert d'argent Ria Money Transfer et la FinTech Monisnap pour proposer à ses clients une solution simple et un parcours optimisé pour envoyer des espèces à leurs proches à l'étranger. Ceux-ci pourront ainsi envoyer de l'argent dans plus de 150 pays à des tarifs avantageux, directement depuis l'application. Faisant état de 1,7 million d'utilisateurs, cette dernière intégrera les services de ces partenaires. L'expéditeur envoie les fonds depuis l'application ou l'espace client Nickel, Ria Money Transfer valide l'opération et le bénéficiaire peut instantanément retirer l'argent dans l'un des 435 000 points de retrait de l'enseigne muni d'une pièce d'identité. Monisnap a, de son côté, développé l'interface utilisateur pour connecter les applications Nickel et les systèmes de Ria. La startup gère, par ailleurs, la relation client. Pour rappel, ce sont plus de 22 milliards d'euros qui sont envoyés à l'étranger depuis la France chaque année. Selon les trois parties prenantes, ce processus reste « *bien trop long et coûteux* ».

Nicolas Thorin rejoint Audion en tant qu'associé

La startup Audion, à l'origine d'une technologie automatisée de monétisation du podcast permettant aux éditeurs et annonceurs d'insérer en temps réel de la publicité dynamique dans le contenu audio, annonce la nomination de Nicolas Thorin en qualité d'associé et dirigeant - aux côtés de Kamel El Hadeff et Arthur Larrey. Ancien directeur diversification des revenus de Veepee, il sera chargé d'accompagner l'AdTech dans son développement, aussi bien au niveau produits que sur le volet éditeurs et commercial. Audion cherche là à étoffer sa gouvernance, dans un contexte de forte croissance de l'audio digital. La jeune pousse insiste sur le fait qu'il s'agit du seul support de publicité digitale en croissance (+40 %) au 1er semestre 2020, dans un marché en net recul. Elle fait part d'un chiffre d'affaires global en croissance de 53 %, avec plus de 2,5 millions d'euros de revenus sur l'année.

Le Closet et Slowmod favorisent la mode circulaire

Depuis 2014, la startup Le Closet propose un service de location de vêtements féminins par abonnement. Chaque pièce mise en circulation par ses soins est ainsi louée par des dizaines d'utilisatrices, en moyenne 17. Ce business model nécessite une expertise en matière d'entretien de vêtements (pressing et service de retouche internalisés) afin de prolonger au maximum leur durée de vie. La jeune pousse souhaite aujourd'hui aller plus loin dans sa mission visant à rendre la mode circulaire. C'est dans cet objectif qu'elle a signé un partenariat avec Slowmod, acteur de seconde-main, qui récupère et revalorise désormais ses vêtements sortis du circuit de location. Par le biais de l'upcycling, cette société transforme les produits en en faisant des pièces uniques grâce à des ajouts de broderie. Les pièces seront vendues dans sa boutique lilloise ainsi qu'en ligne.