

# En bref, les actus de Hapticmedia, RED Electric et Unlatch

*Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Hapticmedia, RED Electric et Unlatch.*

Temps de lecture : minute

---

12 janvier 2021

## Hapticmedia noue un partenariat avec Courbet

Hapticmedia collabore avec Courbet pour développer un outil de configuration en ligne de bagues de fiançailles. La startup, spécialiste de la représentation d'objets en 3D, permet aux clients du site web du joaillier parisien de visualiser et personnaliser leur bijou. Ce partenariat avec Hapticmedia doit ainsi lui permettre d'augmenter son taux de conversion des visites sur son site. Avec cette nouvelle solution, l'objectif est de "*transmettre une émotion chez le consommateur*". Le rendu des matières utilisées par le joaillier, telles que le diamant, est particulièrement difficile à reproduire en ligne - du fait des jeux de lumière, notamment. De quoi rassurer un acheteur quant à la qualité du produit, même sans se rendre en boutique.

## RED Electric s'octroie le soutien de Fnac-Darty

Les clients de Fnac-Darty peuvent désormais acquérir un scooter

électrique RED Electric. Une trentaine de magasins du groupe de distribution d'équipements électroménagers et culturels proposent la nouvelle gamme du constructeur, baptisée Model E. Cette dernière a été intégralement conçue en interne, ce qui comprend l'ensemble des systèmes et technologies embarqués. RED Electric affirme être le "*seul constructeur*" à développer seul ce type de véhicule. Les ingénieurs de son équipe sont, en grande majorité, des anciens des constructeurs japonais Yamaha et Honda. Les scooters Model E pourraient ainsi "*transporter deux personnes et leurs bagages sur plusieurs centaines de kilomètres*". L'ensemble des produits de la gamme peuvent bénéficier de la prime bonus écologique.

## Unlatch revendique 300 promoteurs clients

Unlatch affirme que sa solution de numérisation du processus de vente immobilière a été adoptée par 300 promoteurs français - soit près du tiers des professionnels de ce secteur (30 %). La startup indique que cela représente pas moins de 2 500 programmes immobiliers à travers le pays. Quelque 85 000 personnes utiliseraient à date son logiciel, qui offre selon elle un quadruple avantage : amélioration de l'expérience client, optimisation de la gestion pour le promoteur, simplification des relations avec le notaire et un outil unique pour l'ensemble du parcours client. Largement portée par le contexte de la pandémie de Covid-19, très propice à la transition numérique, Unlatch indique travailler à l'adaptation de sa plateforme à "*d'autres environnements juridiques nationaux*", en vue d'un lancement prochain sur les marchés belge, luxembourgeois, suisse, britannique et espagnol.