

Moment s'offre Airfree pour aider l'e-commerce à prendre son envol dans les avions

Face aux capacités de divertissement permises par Moment, l'offre d'Airfree, adoptée par des compagnies de premier plan comme Singapore Airlines, apparaît assez complémentaire. Surtout que les besoins de personnalisation des passagers sont de plus en plus forts dans les airs.

Temps de lecture : minute

29 octobre 2024

Quand vous prenez l'avion pour aller aux États-Unis ou en Asie, ce sont de nombreuses heures de vol pouvant sembler bien longues qui vous attendent. Heureusement pour les passagers, il est possible de visionner des films et des séries grâce à l'écran incrusté dans le siège installé devant eux. Et derrière celui-ci, on retrouve bien souvent la technologie de Moment, startup française qui permet d'apporter des équipements wi-fi et des plateformes de streaming à bord des avions, mais aussi des trains et des bateaux. De quoi permettre aux passagers de passer un moment plus agréable et aux compagnies aériennes de générer des revenus supplémentaires.

Aujourd'hui, Moment (ex-Interactive Mobility) annonce l'acquisition de la jeune pousse Airfree, qui développe une plateforme e-commerce pour les avions. Les modalités financières de l'opération n'ont pas été dévoilées. Fondée en 2016 par Étienne de Verdelhan et Agnès Debains, cette société rend les produits et services des aéroports disponibles dans les airs à l'aide sa technologie d'optimisation de la bande passante en vol. De cette manière, la plateforme d'Airfree permet de dynamiser les ventes des

retailers duty free des aéroports et d'augmenter les revenus des compagnies aériennes, avec une solution clé en main en réduisant les coûts liés à la connexion satellite et en offrant une expérience utilisateur simple et optimisée pour les passagers.

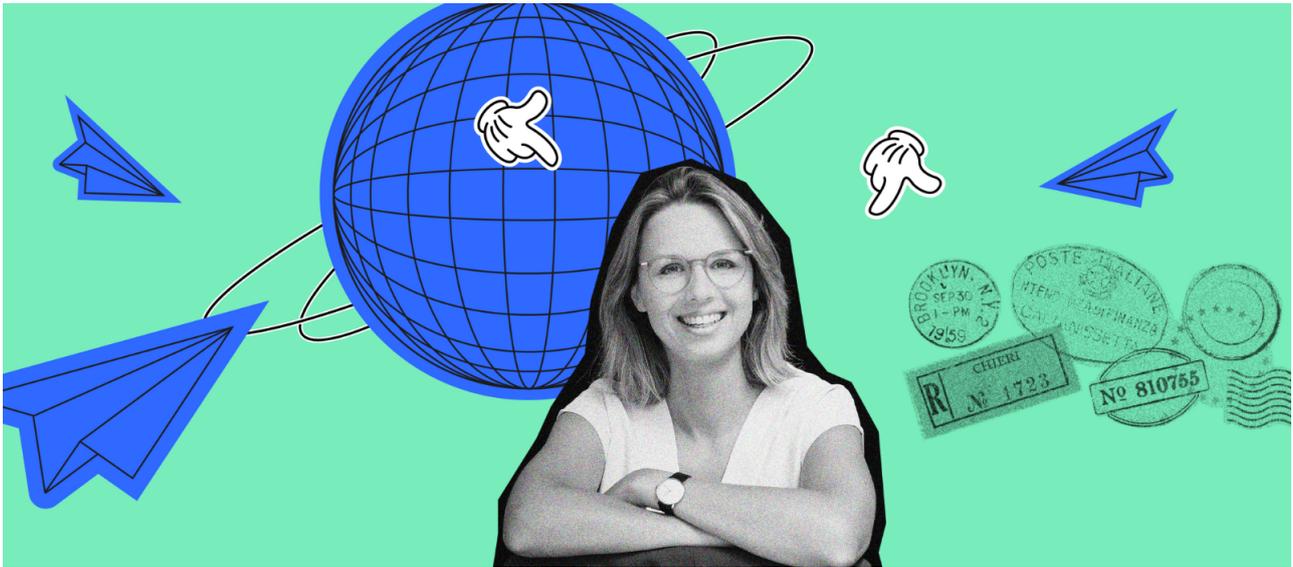
Une solution de marketplace embarquée en avion

Face aux capacités de divertissement permises par Moment, l'offre d'Airfree, adoptée par des compagnies de premier plan comme Singapore Airlines, apparaît donc assez complémentaire. Grâce à la reprise des activités de cette entreprise, Moment va ainsi pouvoir proposer une solution de marketplace embarquée, connectée à plus de 350 boutiques duty-free dans le monde. L'idée est d'offrir aux passagers l'accès à un large catalogue de produits sur les écrans de bord ou leurs appareils personnels, en choisissant parmi plusieurs options de livraison : à bord, à l'aéroport ou directement à leur domicile.

Pour Moment, cette montée en gamme était impérative compte tenu des exigences croissantes des passagers, qui attendent désormais que l'offre qui leur est proposée en vol soit davantage personnalisée. *«Dans un secteur du transport en pleine transformation, marqué par des défis majeurs de décarbonation, nous devons sans cesse innover pour accélérer la digitalisation des services et des opérations à bord, au bénéfice des passagers et des compagnies aériennes»*, souligne ainsi Tanguy Morel, CEO de Moment.

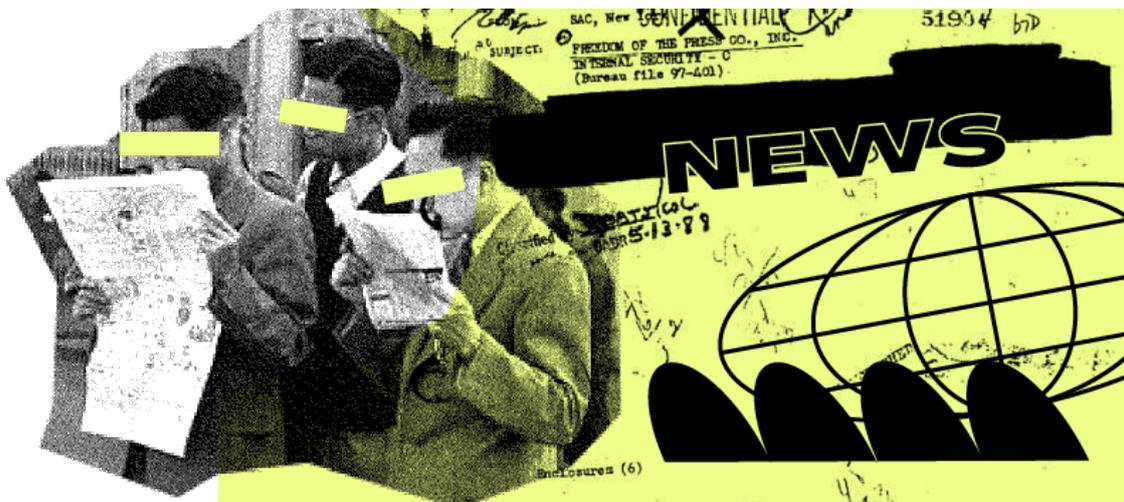
L'entreprise a reçu un financement de 5 millions d'euros auprès d'Eiffel Investment Group, filiale d'Impala, la holding de l'entrepreneur Jacques Veyrat, en début d'année pour accélérer son développement. Elle souhaite notamment accélérer en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en Asie du Sud-Est. Moment, qui compte des clients comme Malaysia Airlines et Saudia Airlines, veut aussi élargir sa clientèle dans le maritime

et le ferroviaire. La startup équipe déjà 500 TGV français et Ouigo espagnols.



À lire aussi

Beyond Aero boucle une série A de 20 millions de dollars pour faire décoller son avion d'affaires à hydrogène



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maxence Fabron