

# Les informations de l'écosystème à retenir ce 4 février 2019

*Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations de l'écosystème entrepreneuriat et innovation à côté desquelles il ne fallait pas passer.*

Temps de lecture : minute

---

4 février 2019

## Sociallymap noue un partenariat avec Flint

La plateforme de diffusion automatisée de contenus sur les réseaux sociaux [Sociallymap](#) annonce son partenariat avec [Flint](#), solution de veille média, elle aussi automatisée grâce à des robots qui identifient des contenus médias qualifiés et les mettent à disposition des utilisateurs. Ce partenariat permettra à Sociallymap de renforcer son offre en couvrant l'ensemble des enjeux liés à la production et la diffusion de contenus sur les réseaux sociaux.

## Nestor part séduire les Belges

Sur la roadmap 2019 de Nestor, une ouverture de restaurant (dédié à la livraison) est prévue tous les deux mois. Et c'est par Bruxelles que commence l'expansion internationale de la startup née en 2015 qui a donné un nouveau goût à la pause-déjeuner des Parisiens avec son menu unique. Rendez-vous sur [www.nestorbruxelles.com](http://www.nestorbruxelles.com) et sur les réseaux sociaux pour suivre l'aventure belge de Nestor.

# Colori déploie des ateliers d'initiation au code informatique à Rosny-Sous-Bois

Colori, ce sont des ateliers découverte du code et de la technologie pour les 3-6 ans, sans écran, en périscolaire ou sur le temps scolaire. Depuis septembre 2017, près de 700 enfants de 3 à 6 ans ont suivi des interventions Colori et c'est en partenariat avec la commune de Rosny-sous-Bois que la jeune pousse a décidé de s'étendre, mettant en place ses ateliers au sein de la fabrique artistique et numérique de la ville. Rendez-vous les samedis matins !

## Jam annonce la création de son Club Jam Trends, dédiés aux marques, aux agences et aux médias

Avec 600 000 utilisateurs, dont 120 000 connectés par jour, Jam se présente comme la première plateforme qui décrypte les 15-25 ans. Véritable mine de données sur cette cible mouvante et difficile à appréhender, Jam ouvre désormais un accès à ses data aux marques, aux médias et aux agences partenaires. Les données récoltées auprès des utilisateurs lors de conversations sont bien sûr anonymisées puis triées et redressées sur des échantillons représentatifs de la population française. La plateforme est d'ores et déjà accessible avec plus de 500 sondages par an sur plus de 20 secteurs d'activités