3 informations pour bien commencer la journée : Otodo, Ignition Program et l’immobilier en ligne

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Otodo, Ignition Program et l’immobilier en ligne.

Temps de lecture : minute

---

8 janvier 2020

Otodo et Renault s’allient pour connecter voiture et maison

Baisser les volets, éteindre le thermostat, ouvrir le garage… autant d’opérations déjà réalisables depuis son smartphone grâce au développement de la maison connectée. Demain, c’est notre voiture qui le fera pour nous grâce à la solution d’interactions automatiques entre véhicules et objets connectés développée par le groupe Renault. L’utilisateur choisit les objets qu’il souhaite connecter à la solution ainsi que la distance de fonctionnement. Pour assurer la sécurité de ces échanges, Renault a fait appel à la startup Otodo, expert dans la connexion smart home.

Présentée en avant-première lors du CES, la solution sera déployée courant 2020. Seuls les véhicules dotés du système Easy Link (Nouvelle Zoé, Nouvelle Clio et Nouveau Captur) pourront en profiter.

Ignition Program lance L’Académie pour former les professionnels

Spécialiste du recrutement et de l'accompagnement de startups, Ignition Program a décidé de se lancer dans la formation avec l'Académie. Le programme est destiné aux professionnels qui souhaitent se reconvertir ou monter en compétences. Trois programmes seront proposés :

- SpineUp pour les managers qui ont besoin de structurer la croissance de leurs équipes
- Jump pour aider les professionnels à mieux se connaître et choisir leur reconversion
- Hook qui s'oriente sur différentes verticales métiers comme le management, les sales…toutes indispensables à l'hypercroissance d'une startup

Ignition Program ambitionne de former 2000 candidats d'ici les 3 prochaines années. Son "Académie" est reconnue comme un organisme de formation auprès de Datadock.

Etude Yougov : l'immobilier en ligne ne convainc pas les Français

L'institut d'études YouGov a publié une analyse sur le marché de l'immobilier en ligne. Le constat est sans appel : les Français peinent à voir sa plus-value. 55% d'entre eux préfèrent se rendre physiquement en agence pour mener des transactions immobilières, 27% déclarent même ne pas faire confiance aux agences en ligne. Une crainte peut-être liée à la méconnaissance des Français : seule la moitié d'entre eux annonce avoir déjà entendu parler de ces prestations sur le web.

Autre point souligné par l'étude, le principal critère de choix pour sélectionner une agence immobilière en ligne est le montant des honoraires suivi par la recommandation d'un proche.

Article écrit par Anne Taffin