

10 ans après la boîte à histoires, Lunii revient avec un nouveau produit

Lunii s'est fait connaître en 2013 grâce à sa boîte à histoire. Pionnier du secteur, le marché est ensuite devenu très concurrentiel. La startup dévoile aujourd'hui à Maddyness sa vision pour l'avenir en même temps que son nouveau produit.

Temps de lecture : minute

19 juin 2023

En 2013, Lunii lançait sa première campagne de crowdfunding qui lui permettait de rassembler les fonds nécessaires pour commercialiser un premier produit : la boîte à histoires. Dix ans plus tard, la startup revient sur Ulule pour financer Flam, un deuxième produit cette fois à destination des 7-11 ans.

Si Lunii avait atteint son objectif deux jours avant la fin de sa campagne sur la boîte à histoires, il a fallu moins de deux heures pour le dépasser cette fois. Il faut dire que ce nouveau produit bénéficie d'une décennie de savoir-faire dans le domaine et d'une forte communauté.

Le Flam se présente ainsi comme un baladeur interactif qui propose des aventures audio immersives pour les 7-11 ans. Là où la boîte à histoires permettait aux enfants de personnaliser son histoire, le Flam va beaucoup plus loin en ajoutant une dimension jeu de rôle qui se manifeste sous la forme d'un inventaire, de barre de vie et de fiches personnages.

Côté design, il y a aussi du changement, car Flam est résolument ancré dans les années 90 avec un look de Game Boy ou des premiers iPod à

molette, toujours en gardant l'identité Lunii. Il n'est pourtant pas question de se positionner comme une console de jeux, l'écran est non tactile pour que l'expérience reste majoritairement audio.

Retour sur l'histoire de Lunii

Maëlle Chassard a fait des études de design (Strate) avec une spécialité sur les interactions. " *C'était à l'époque du boom du numérique et de nombreuses solutions se faisaient sur écran, explique-t-elle à Maddyness. J'avais une sensibilité particulière à créer des interfaces sur écran uniquement quand cela était nécessaire. Je privilégiais une expérience plus tangible, sensorielle et j'avais donc déjà cette recherche d'une expérience plus globale et enrichissante qu'un doigt sur un écran* ".

Déjà enfant, Maëlle passait beaucoup de temps à créer des mondes pour y vivre des aventures. Elle se rappelle aussi les nombreuses heures à écouter des histoires audio dans sa chambre. Pendant ses études, elle rédige un mémoire sur l'imaginaire à l'ère du numérique et avait été alarmée de voir que la créativité des enfants était en baisse.

" Je voulais redonner la part belle à l'imaginaire et permettre aux enfants d'en reprendre le contrôle ", lâche Maëlle Chassard.

Elle ressent une forte envie d'entreprendre mais ne trouve aucun associé dans son école. C'est lors d'une soirée qu'elle organise chez elle qu'elle fera la connaissance de ses trois associés en 2012.

" Je suis très intuitive, s'exclame la co-fondatrice de Lunii. Je leur ai demandé s'ils avaient envie de créer une boîte ensemble. Et instinctivement, ils m'ont répondu que le timing était bon, puisqu'ils en

parlaient justement dans le métro avant d'arriver à cette soirée ".

L'équipe fondatrice de Lunii était formée, et les 3 fondateurs se mettent au travail pour réaliser les premiers prototypes qu'ils vont présenter au festival Futur en Seine en 2014 (l'événement est aujourd'hui rebaptisé Futur·e·s). C'est la révélation pour elle : *" On est devenu la garderie de l'événement avec des enfants qui restaient pendant trente minutes à une heure pour fabriquer des histoires. C'est à ce moment-là que l'on a compris que le projet allait marcher ".*

La première boîte à histoire arrive en 2016 dans les boutiques Natures & Découverte ainsi que Oxybul : c'est l'explosion. Le produit devient la meilleure vente dès les fêtes de Noël, avant d'atteindre la place de jouet numéro un en France (devant des acteurs comme Playmobil, Lego ou Pokémon).

Le marché des conteuses en plein essor

" Quand on s'est lancé, on avait du mal à rentrer chez certaines enseignes qui ne savaient pas trop comment nous positionner en magasin, raconte Maëlle Chassard. On était un pionnier et il a fallu éduquer le marché. Mais maintenant qu'un produit a réussi à percer, il ne fallait pas s'attendre à rester seul sur le créneau ".

Et Lunii n'est définitivement pas resté seul, avec l'arrivée d'une ribambelle d'acteurs sur le marché. Certains sur des positionnements très différents comme Mon Petit Morphée, qui accompagne l'enfant dans sa relaxation et son sommeil avec des contenus apaisants ou de méditation. *" Je la trouve très belle, commente Maëlle Chassard de Lunii. Et l'usage est très intuitif. Je trouve que l'on cohabite bien ensemble ".*

D'autres startups ont un positionnement plus proche, mais avec une stratégie différente. C'est le cas du concurrent allemand Tonies qui

propose un cube qui raconte une histoire lorsque l'on dépose une figurine sur celui-ci. L'entreprise se développe pourtant grâce aux nombreuses licences qu'ils ont signées avec La Reine des Neiges, La Pat'Patrouille, etc.

" Je pense que l'on peut cohabiter ensemble, explique la fondatrice de Lunii. Avec la Toniesbox, l'enfant réécoute un contenu qu'il connaît déjà par ailleurs. De notre côté, nous avons vraiment une dynamique de création de contenus originaux pour leur faire découvrir et apprendre quelque chose de nouveau ".

Mais l'acteur qui inquiète davantage la jeune pousse française, c'est l'enceinte audio Merlin, lancé par Radio France et Bayard. Un produit qui, dans son design et ses fonctionnalités, est aussi le plus proche de la Lunii.

" Je dois avouer que je m'attendais à ce qu'il y ait des maisons d'édition qui s'y mettent plus tôt, confesse Maëlle Chassard. Et celle-ci me fait le plus peur. Quand ton concurrent dispose de la puissance de Radio France et le catalogue de Bayard, tu ne fais pas le malin. On incarne une vraie mission et j'espère que l'on va pouvoir cohabiter ensemble et que l'on ne va pas se faire bouffer par une entreprise qui a, clairement, mille fois plus de moyens que nous aujourd'hui ".

De la même manière, Emmanuelle Duez (Boson Project) et François Hisquin (Octo Technology) ont récemment lancé Bugali pour transformer les livres pour enfants en livres sonores.

Une concurrence accrue du marché qui a amené Lunii à se rapprocher du groupe Unique Heritage Media qui a fait une large prise de participation lors de leur dernière levée de 10,8 millions d'euros en mars 2023.

" C'est encore très récent et on est en train d'apprendre à s'approprier pour comprendre comment le mieux créer des synergies, explique Maëlle

Chassard. *Mais je suis ravie du partenariat, beaucoup plus que si cela avait été avec un fonds plus classique. On a la chance d'avoir Emmanuel Mounier (NDA : Président et fondateur d'Unique Heritage Media) qui est un entrepreneur qui a encore les mains dans le cambouis "*.

La vision de Lunii pour la suite

" On ne va pas s'arrêter là, lance Maëlle Chassard avec optimisme. On est en train de sortir Flam pour les 7-11 ans parce que c'était logique de continuer d'accompagner les enfants qui ont utilisé la fabrique à histoire, mais on a envie de se positionner aussi sur les 0-3 ans. Ensuite, pour les plus de 11 ans, ils ont déjà un smartphone entre les mains, donc l'idée ne sera pas de leur rajouter un produit, mais de trouver un moyen de leur faire utiliser leur smartphone de manière un peu plus intelligente avec une application ".

Lunii a dix ans, mais l'histoire semble ne faire que commencer.



À lire aussi

SetKeeper : dix ans après, la startup partage les secrets de sa

longévité

Article écrit par Valentin Pringuay