

Aglaé remporte le premier concours de pitch de Disneyland Paris avec ses plantes luminescentes

Début mai, les jurés du premier concours de startups organisé par Disneyland Paris se retrouvaient dans le parc pour un exercice de pitch complètement décalé. Parmi les huit startups candidates, c'est Aglaé, une jeune pousse qui a mis au point un sérum qui permet aux plantes d'émettre de la lumière, qui a remporté les faveurs du jury et qui pourra développer un POC avec le parc.

Temps de lecture : minute

23 mai 2018

Pour son premier concours, Disneyland Paris a frappé fort et a revu le traditionnel elevator pitch. Cet exercice, qui consiste à expliquer son concept et à capter l'attention de son audience en quelques dizaines de secondes - le temps d'un trajet en ascenseur. Et quand on s'appelle Disneyland Paris, on ne peut pas se contenter d'une cabine grise sans âme. Quoi de mieux alors que de miser sur ses assets d'exception, en l'occurrence un parc d'attraction de 30 000 mètres carrés ?

C'est ainsi que les représentants de huit startups sélectionnées par les partenaires de la cellule innovation du parc (Station F, Euratechnologies, Lafayette Plug & play, Numa etc.) se sont retrouvés attachés aux sièges en métal de l'ascenseur de la Tour de la Terreur, l'une des attractions phare du parc Walt Disney Studios. Au cours de leur voyage, plus pénible pour certains que pour d'autres, les startupper ont ainsi pitcher leur projet, face caméra, contre vent et gravité.

Remis de leurs émotions, ou presque, ils ont ensuite pu passer quelques minutes face au jury composé de Juliette Bron (VP digital, Disneyland Paris), Julien Kauffmann (VP transformation, Disneyland Paris), Christophe Murphy (VP intégration et optimisation des affaires, Disneyland Paris), Edouard Fonkenell (fondateur de Lineberty) et Maddyness pour présenter leur solution et les bénéfices d'une collaboration avec le parc.



Aglaé, Avatar sur Terre

Et c'est Aglaé, une startup créée en 2016 par Sophie Hombert qui a remporté les faveurs du jury face à Wakatoon, Destygo, Points in the City, Post mii, Spoon, Bear et MoodMe. Sa création ? Un sérum nutritif, absorbé par les plantes et les fleurs, de la tige jusqu'aux feuilles/pétales et qui permet à ces dernières de devenir fluorescentes sous l'effet d'une

lumière noire.

Une invention qui n'est pas sans rappeler le monde fantasmagorique d'Avatar et qui pourrait notamment permettre d'habiller le parc de créations végétales étonnantes ou de recréer ce fameux univers du film de James Cameron sans avoir à simuler la luminescence des plantes avec un réseau de LED, comme c'est actuellement le cas dans le parc américain DisneyWorld. La jeune pousse remporte ainsi un chèque de 5000 euros et le développement d'un POC avec Disneyland Paris. Devant la qualité des candidatures, le jury a également décidé de récompenser Wakatoon, un astucieux système de coloriage animé et de lui donner une chance de travailler avec les équipes du parc.



L'innovation au coeur de la stratégie de Disneyland Paris

Pour la première destination touristique européenne (320 millions de visites cumulées depuis sa création en 1992), l'innovation est aujourd'hui l'un des fers de lance d'une nécessaire transformation numérique, qui répond aussi bien aux attentes des consommateurs que des employés. Une cellule innovation a donc été créée en juin 2016 par Julien Kauffmann pour mener à bien cette transition. *" Le parti pris est de mettre en place des actions qui ont un impact concret à court terme sur les visiteurs et les collaborateurs. Tous nos POCs et les développements sont ainsi menés avec les personnes qui sont dans l'opérationnel "*, explique-t-il.

Depuis quelques mois, la cellule innovation du parc travaille ainsi en étroite collaboration avec l'écosystème (accélérateurs, VCs, incubateurs) pour repérer les pépites et monter un POC en moins de 3 mois. Si le parc s'est constitué un réseau solide de partenaires, c'est qu'il manque, étonnamment, de visibilité. *" Nous avons plus de 500 métiers, nous sommes une petite ville, pourtant nous ne sommes pas identifiés par les startups "*, regrette Julien Kauffmann. Et pourtant les bénéfices à une collaboration avec le parc sont nombreux, d'un côté, comme de l'autre.

En test l'année dernière avec la startup Lineberty - une app qui permet de prendre un ticket d'attente numérique pour des lieux très visités -, Disneyland Paris a remédié à l'un des principaux points de friction des visiteurs. Le parc a ainsi gagné 43 points de satisfaction lors du déploiement d'une solution sur-mesure qui a permis de faire passer le temps d'attente pour l'une de ses attractions de 45 minutes à 8 minutes. *" Il y a un vrai engouement de l'interne pour ce fonctionnement avec les startups, ajoute Julien Kauffmann. On voit des améliorations concrètes très rapides et nos collaborateurs ont le sentiment d'avoir contribué à l'amélioration de la société. "* Pour avancer plus vite, Disneyland Paris a

mis au point The Castle Hub, une plateforme qui permet de faire matcher les besoins de la société aux propositions émises par les startups.

Article écrit par Anais Richardin