

FDJ et Paris&Co inaugurent Le D3, incubateur qui réunit corporates et startups autour de l'expérience client

FDJ accueille dans ses locaux la dernière plateforme d'innovation de Paris&Co dédiée à l'expérience client omnicanale, pour le retail et le service. Les 16 startups sélectionnées ont été révélées mardi 2 avril à l'occasion de l'inauguration du lieu.

Temps de lecture : minute

10 avril 2019

Aux cotés de Paris&Co - l'agence de développement économique et d'innovation de Paris et de la métropole - et de 5 autres partenaires, FDJ a donc inauguré dans ses locaux à Boulogne-Billancourt une toute nouvelle plateforme, nommée D3 pour l'idée du détroit, le " bras de mer mettant en relations deux étendues, marines ou lacustres .

Offline, Online et Mobile : voici les 3 axes majeurs, le 3 de D3, le Déroit qui veut réunir les expériences du physique et du digital.

Au programme : plus de 1300m2 d'espaces aménagés et des programmes d'accompagnement individuels et collectifs spécialement conçus pour la toute première promotion de startups !

Une co-construction de valeur pour endiguer le startup washing

FDJ n'en est pas à son coup d'essai concernant l'innovation. En effet, la

marque développe depuis 2015 #FDJ2020, " *une vision augmentée de FDJ* " comme présentée par Stéphane Pallez lors du discours d'inauguration de la soirée. Cette initiative, soutenue par un apport de 500 millions d'euros, est destinée à mettre l'innovation au cœur de sa stratégie et conquérir de nouveaux publics. Et juste après avoir investi 2 millions d'euros pour développer l'innovation dans les domaines de l'e-sport en soutenant le premier fonds européen sur cette thématique TrustEsport, c'est vers l'expérience client que la deuxième loterie européenne a décidé de se tourner !

En devenant partenaire de la plateforme Le D3, FDJ jouit du savoir-faire de Paris&Co qui anime désormais 14 plateformes d'innovation. " *L'idée, ce n'était pas faire de faire du startup washing, mais de proposer du contenu et une réelle proposition de valeur aux startups. C'est un vrai métier, qui ne s'improvise pas, et Paris&Co dispose d'un réel savoir pour mettre en œuvre et piloter des programmes d'incubation.* " explique Aurélie Clerc, directrice de l'innovation chez FDJ.

Six grands groupes et un incubateur : mission impossible ?

Mais la FDJ n'est pas le seul partenaire de la plateforme D3 investi aux côtés de Paris&Co. Cinq autres groupes, DIAM, Hammerson, Bouygues Télécom, L'Oréal et AG2R la Mondiale Matmut, sont associés dans cette nouvelle aventure.

Une opération à risque ? " Une preuve de clairvoyance, selon Loïc Dosseur, Co-Directeur Général de Paris&Co: " *Ils - FDJ- ont eu l'intelligence de construire un programme mutualisé pour ouvrir des champs de business plus importants pour les startups* ".

Plutôt que d'y voir un danger potentiel, FDJ privilégie la notion d'attractivité. Aurélie Clerc est formelle : " *Il ne faut pas que ce soit un incubateur qui nourrisse uniquement le grand groupe, le processus doit*

être aussi intéressant pour les startups. Nous sommes plus forts à plusieurs : multiplier le nombre de partenaires permet plus d'attractivité, plus de richesse pour les startups. Mais aussi plus de débouchés potentiels "

Créer une expérience client sans couture

Dans le secteur de l'expérience client, les désirs des consommateurs se sont diamétralement transformés depuis quelques années : avec l'arrivée du digital, les habitudes de consommation ont changé. Ainsi, cette nouvelle génération de consommateurs, plus éduquée, plus pressée aussi, est à la recherche d'une expérience sans couture grâce à des canaux à la fois moins contraignants et plus interconnectés. Néanmoins, de nombreux points de friction jalonnent toujours l'expérience client et des solutions restent à imaginer afin de perfectionner le sacro-saint *phygital*. C'est en tout cas la conviction de la FDJ, qui souhaite par exemple développer l'expérientiel afin de contribuer à la modernisation de ses 30 000 points de vente.

Il faut, explique Aurélie Clerc, *" créer un waooh effect qui ne fait pas pshiiit à la fin. "*

Des innovations certes, mais pas cosmétiques. Pour Loïc Dosseur, le besoin de développer l'expérience client s'est fait doublement ressentir ces dernières années. Si les startups autour de l'expérience client se sont multipliées, c'est parce qu'elles répondent à un questionnement récurrent des grands groupes : *"comment conserver nos réseaux de points physiques qui sont clés, tout en évoluant sur un parcours dématérialisé" ?*

Alcmeon, Batvoice, Browse&go, Budd-it, Deewee, Destygo, E-Centime, Find&Order, Greenliv, Metidia, Q Emotion, Retail-VR, Smart Hands-On, Talk4, Universal Voucher et Levia : voici donc le nom des 16 heureuses startups élues suite à l'appel à candidature du mois de novembre pour

relever le challenge et répondre à cette question.

Leur objet de travail : analyse vocale, tickets de caisse connectés, couponing digital, commerce conversationnel... Autant de domaines destinés à créer ou moderniser des *touch points* existants au cœur de l'expérience client.

Alors, sous le signe de la bonne fortune, la révolution de l'expérience client ? Affaire à suivre !

Maddyness, partenaire de FDJ

Article écrit par Maddyness, partenaire de FDJ