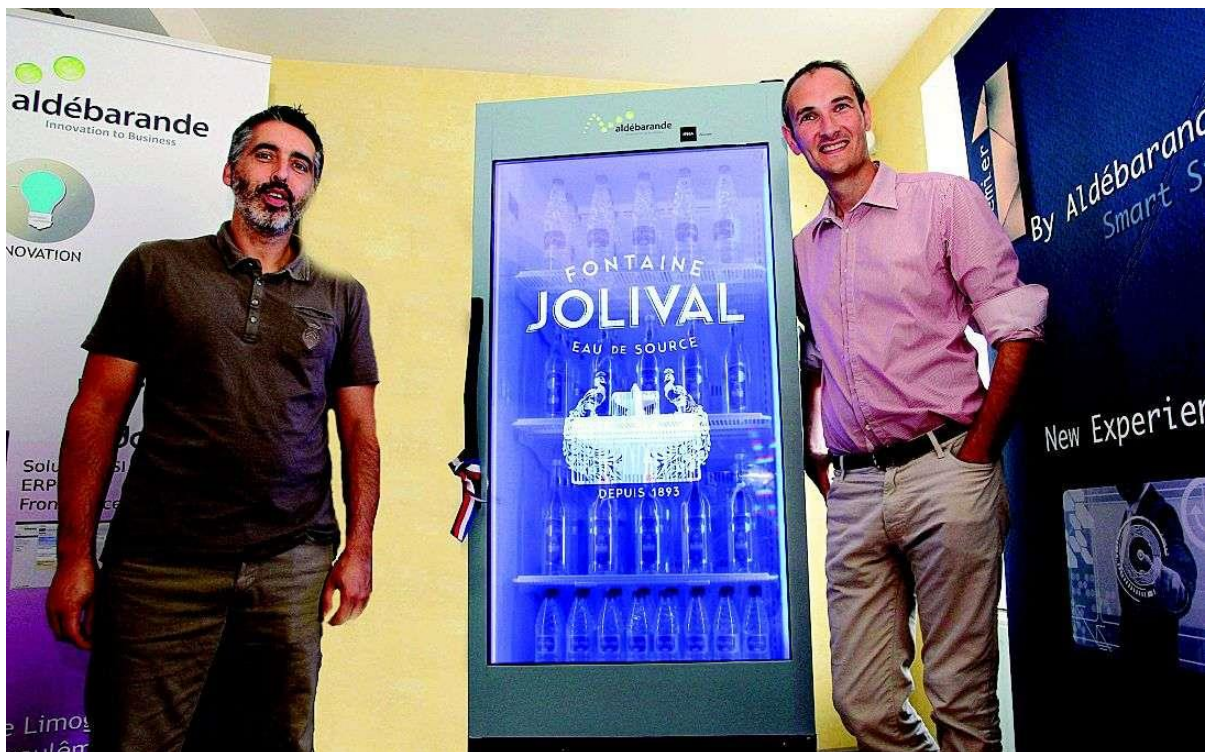


ÉTOILES DE L'ÉCONOMIE CL 2015

# ALDÉBARANDE, DES PROJETS PLEIN LE FRIGO



Pascal Mangeat et Charles Bourinet inventent des solutions digitales pour répondre aux problématiques de leurs clients. Photo M. Bouzzit

[aucun commentaire](#)

Par Myriam HASSOUN, 25 novembre 2015

**Ils ont lancé un frigo tactile et digital cet été. L'équipe d'Aldébarande est en train de se faire un nom dans le monde des solutions digitales pour les entreprises et les marques.**

Imaginez que vous êtes en vacances. Vous poussez la porte de l'office du tourisme et là, un immense écran tactile vous présente tous les sites à visiter, tous les horaires, les plans, et peut même vous envoyer directement sur votre smartphone les coordonnées des chambres d'hôtes les plus proches.

C'est peut-être ce que pourront un jour expérimenter les visiteurs d'Angoulême en passant par l'office du tourisme de la ville. Les cerveaux de l'entreprise angoumoisine Aldébarande, créée en 2011, sont en train en tout cas de plancher sur l'idée. Pascal Mangeat et Charles Bourinet, les deux associés à la tête de la PME, travaillent avec leur équipe à proposer différentes solutions digitales à leurs clients en fonction de leurs problématiques.

Et en particulier, en fonction des différentes contraintes physiques auxquelles leurs inventions devront faire face. *«Notre domaine est le phygital, un champ d'expertise consistant à intégrer de façon efficace les atouts du monde digital en lieux physiques»*, décrit très précisément Charles Bourinet.

En clair, quand Aldébarande crée une tablette tactile géante pour un lieu de tourisme, il faudra qu'elle puisse être regardée par une famille complète et qu'elle résiste à tout... même aux coulures de la glace du petit dernier. *«On s'adapte en fonction du client, on travaille en mode projet à 90%»* assure Pascal Mangeat.

En plus d'être le plus pratique possible, leurs inventions peuvent également comporter un volet esthétique non négligeable: *«Tous les détails comptent pour nous, le contenu comme le contenant, on cherche à faire des choses propres et belles... Ce n'est pas parce qu'on est des informaticiens qu'on a de mauvais goûts !»*

### **Le frigo 2.0 de Jolival**

Dans ces conditions, le digital tel qu'il est conçu chez Aldébarande se décline en tout un tas d'applications. De la vitrine-catalogue pour les agences immobilières, à la box Heavenly Sens, vêtue de cuir pleine fleur, créée pour le cognac De Luze et destinée à offrir une expérience différente aux clients des duty free.

En passant par le totem digital entièrement démontable et transportable dans la voiture de n'importe quel commercial. *«Nos clients viennent nous voir pour faire la différence, et nous, en tant qu'entrepreneurs, on considère qu'apporter de la valeur ajoutée reste la meilleure manière de développer nos marges: on vend notre intelligence et notre créativité»*, sourient les deux associés.

Leur chiffre d'affaires de 2015 va multiplier celui de l'an dernier par 2,5. Et vu le succès qu'ils ont eu cet été avec leur frigo à vitrine tactile et digital, les dirigeants de la petite boîte peuvent garder le sourire.

Présentée à Angoulême, alors que Festival du film francophone battait son plein, cette innovation marketing et design, développée pour les eaux Jolival, a fait parler d'elle.

*«Ce concept est né de l'observation d'une problématique spécifique aux grands magasins, liée aux nouvelles façons de consommer.»* Pascal Mangeat reste volontairement énigmatique sur le fond de la question.

Parce que, le revers de la médaille de l'innovation, c'est le risque de se faire voler son idée. Et celle-ci, dans quelque temps, risque bien de valoir de l'or.