

<http://www.sudouest.fr/2016/01/27/aldebarande-invente-la-vitrine-connectee-qui-va-revolutionner-le-marketing-2254820-705.php>



# Aldébarande invente la vitrine connectée qui va révolutionner le marketing

[A LA UNE](#) / [SUD OUEST ÉCO](#) / Publié le 27/01/2016 . Mis à jour à 13h48 par Nicolas César

[S'ABONNER À PARTIR DE 1€](#)

[COMMENTAIRE](#)



Cette vitrine tactile et connectée doit permettre aux marques d'attirer davantage l'attention de potentiels clients dans des lieux de passage comme les aéroports ©

*ALDÉBARANDE*

**Cette start-up d'Angoulême a mis au point des vitrines, d'une nouvelle ère, pour attirer les clients, qui devraient se généraliser dans les aéroports et les showrooms du monde entier. L'ancien ministre, Renaud Dutreil, vient de sceller une joint-venture avec ses fondateurs**

"Notre métier ne s'explique pas, il se vit, c'est le phygital. Nous interconnectons le physique et le digital", lance, à la fois amusé et mystérieux, Charles Bourinet, co-

gérant d'[Albébarande](#). Il y a un an, cette entreprise angoumoisine a créé un système innovant de **vitrine connectée, tactile et interchangeable**.

Il suffit simplement de changer l'habillage, le fourreau "intelligent", et la vitrine s'adapte automatiquement aux contours du nouveau produit. "La machine va chercher elle-même les informations sur Internet". L'interface est commune, mais différenciée en fonction des pays.

## De grandes marques de cognac séduites



Cette vitrine tactile et connectée peut également diffuser des odeurs de cognac©  
*PHOTOALDÉBARANDE*

L'intérêt de cette technologie, remarquée aux salons Luxe Pack à Monaco et VS Pack à Cognac..., est multiple. La vitrine interagit avec le potentiel client et attire son regard par des vidéos, des jeux... Parmi la cinquantaine de clients, deux grandes marques de cognac, [Tiffon](#) et [De Luze](#), ont acheté le dispositif et y ont intégré de nombreux éléments : découverte des techniques de vieillissement, de la tonnellerie... "**Nous avons également un système de capsules, qui peut déclencher des odeurs d'alcool ou encore de parfum**", précise Pascal Mangeat, l'autre co-gérant.

Autre innovation majeure, un **système de "douche audio"**, qui permet d'**isoler les éléments sonores de la vitrine** du bruit environnant. Ce qui est particulièrement intéressant dans les aéroports ou les salons. "Ainsi, les marques restent maîtres de leur discours commercial et certaines que leur message est bien retranscrit dans les duty free des aéroports, par exemple, où le personnel ne sera pas dédié à une seule marque", met-il en avant.

Dans un tout autre domaine, la santé, la société girondine, [Implanet](#) a digitalisé avec Aldébarande sa communication sur des totems tactiles de 2,30 mètres de haut pour montrer l'intégralité de ses implants pour colonne vertébrale. Ce qui accroît, semble-t-il ses performances commerciales. En ce sens, "nous avons également conçu une **version iPad pour les commerciaux**", précise Pascal Mangeat.

## Une joint-venture avec un ancien ministre

Le concept a enthousiasmé, Renaud Dutreil, ancien ministre, chargé des PME, qui est désormais entrepreneur et a repris une société locale, la [Fontaine Jolival](#). Convaincu que l'idée va "décoller", il a décidé de créer une joint-venture, sur le produit Smart-cooler, un **frigo connecté**, personnalisable par toute marque. Objectif : vendre cette innovation d'Aldébarande dans le monde entier.

Cinq ans après sa naissance, cette start-up d'Angoulême, ne réalise encore que 300 000 euros de chiffre d'affaires et emploie 6 personnes, mais elle semble avoir trouvé sa voie et un business, promis à un bel avenir. **'D'ici 5 ans, nous visons entre 2,5 et 3 millions d'euros de chiffre d'affaires, uniquement pour Aldébarande**, en dehors de la joint-venture", dévoile, avec prudence Pascal Mangeat, qui envisage des recrutements, mais ne s'aventure pas, pour l'heure, à donner un chiffre précis.