

IMMERSIVE DISCOVERY PARK

VALLYO STORIES

Big stories start small.

DOSSIER DE PRÉSENTATION — INVESTISSEURS

Bruxelles, Roodebeek • Programme indicatif de 900 m² • Août 2026

CONFIDENTIEL



SOMMAIRE

01 — L'OPPORTUNITÉ	1
<i>Un pays imaginaire à hauteur d'enfant</i>	1
02 — LE PROBLÈME	2
<i>Un vrai dilemme pour les parents</i>	2
03 — LE CONCEPT	3
<i>Vallyo, un monde à explorer</i>	3
04 — POSITIONNEMENT	3
<i>Une proposition claire et défendable</i>	3
05 — DIFFÉRENCIATION	4
<i>Un territoire concurrentiel clair</i>	4
06 — L'EXPÉRIENCE	5
<i>Cinq territoires et une scène, un seul paysage</i>	5
07 — L'UNIVERS EN IMAGES	6
<i>Un avant-goût de l'ambiance recherchée</i>	6
08 — MODÈLE ÉCONOMIQUE	11
<i>Des leviers de revenus multiples</i>	11
09 — LA MARQUE	15
<i>Vallyo Stories : un nom, un monde entier</i>	15
10 — LE LIEU	16
<i>Une enveloppe indicative de 900 m²</i>	16
11 — PROCHAINES ÉTAPES	17
<i>Ce qui reste à valider</i>	17
12 — VISION & SCALING	18
<i>Grandir en Belgique</i>	18

01 — L'OPPORTUNITÉ

Un pays imaginaire à hauteur d'enfant

« Vallyo Stories est un petit pays imaginaire à hauteur d'enfant, où chaque exploration devient une histoire à vivre, à raconter et à poursuivre. »

Vallyo Stories est un parc de jeux éducatif et immersif nouvelle génération, pensé pour les enfants de 2 à 10 ans et leurs familles. Sur 900 m² à Bruxelles, cinq territoires reliés en un seul paysage continu : une ville, des champs, un sentier, des rochers, un cocon et une scène permettent à chaque enfant d'explorer librement, d'incarner un rôle et de repartir avec la preuve tangible de son aventure : un passeport à tamponner.

Ce dossier présente le concept, son positionnement, sa différenciation face au marché belge existant, et les décisions à prendre pour engager la phase suivante. Il constitue une première étape : valider que ce concept séduit avant d'investir dans son développement complet.

Pourquoi maintenant

- Un marché belge bilingue (FR/NL) sans équivalent direct sur ce positionnement narratif et premium.
- Un modèle de référence — Palomano, en France — qui démontre la demande, sans présence en Belgique à ce jour.
- Une technologie invisible (bracelet digital) qui renforce la sécurité et l'exploitation sans jamais remplacer le jeu physique et sans écran.
- Un modèle à revenus multiples : billetterie, restauration, anniversaires, privatisation entreprise, groupes scolaires, cours de langues et stages.
- Une marque conçue dès le départ pour être répliquable sur d'autres villes une fois le concept validé.

02 — LE PROBLÈME

Un vrai dilemme pour les parents

Aujourd'hui, les familles doivent choisir entre deux types de lieux imparfaits : un endroit très amusant mais peu qualitatif, ou une activité enrichissante mais trop dirigée et scolaire. Aucun des deux ne répond pleinement à ce que veulent réellement l'enfant et le parent.

POUR L'ENFANT

« Je veux partir explorer, choisir mon chemin, toucher à tout et raconter ce qui m'est arrivé. »

POUR LE PARENT

« Je veux que mon enfant s'amuse vraiment, dans un lieu sûr, beau, confortable et bon pour lui. »

Un marché belge encore incomplet

Plusieurs acteurs existent aujourd'hui en Belgique, mais chacun ne répond qu'à une partie du besoin :

- Wonderloo (Waterloo) — une aire de jeux physique : défoulement, escalade, arcade. Même catégorie : Rainbow Kids (Auderghem), Planet Kid's (Sterrebeek), Uhoo (Evere), Pause & Play (Ixelles), CityKids (Ixelles). Peu de dimension narrative ou éducative.
- Le Monde d'Ayden — un projet associatif inclusif et sensoriel, précieux mais non positionné comme une offre premium.
- Aucun acteur belge ne propose aujourd'hui un univers immersif et narratif où l'enfant explore, incarne un rôle et repart avec une histoire à lui.

En France, Palomano démontre qu'un tel positionnement premium autour du jeu de rôle immersif trouve son public. Vallyo Stories occupe l'espace resté vacant en Belgique — avec une proposition plus large que la seule mini-ville.

03 — LE CONCEPT

Vallyo, un monde à explorer

Vallyo Stories n'est ni une plaine de jeux classique, ni une école déguisée, ni une simple mini-ville. C'est une vallée miniature, réaliste mais poétique, qui contient tout un monde. L'enfant passe naturellement de Vallyo Town aux champs (Vallyo Fields), du sentier (Vallyo Trail) aux rochers (Vallyo Rocks), puis au nid des plus petits (Vallyo Nest) — sans jamais changer de "stand".

Deux piliers

Pilier	Rôle
Le décor : Vallyo	Une seule vallée continue. Les territoires changent par le relief, le végétal, le sol, la lumière et le son — jamais comme une succession de stands fermés.
Le moteur : Vallyo Passport	Un carnet remis à l'accueil, des missions simples, un tampon par territoire, et une trace physique à emporter puis à compléter lors d'une prochaine visite.

Vallyo is ready. Your story starts here.

Pour l'enfant, c'est un pays à explorer. Pour le parent, c'est un jeu libre, actif et narratif qui développe naturellement l'autonomie, la coopération, la motricité et la confiance.

04 — POSITIONNEMENT

Une proposition claire et défendable

Plus vaste que la mini-ville, plus narrative que la plaine de jeux, plus libre qu'un parcours pédagogique.

Élément	Formulation
Catégorie	Pays de jeu éducatif, immersif et actif pour enfants.

Élément	Formulation
Cœur de cible	Familles urbaines, enfants de 2 à 10 ans ; cœur d'expérience 3-8 ans.
Promesse	Un petit pays à explorer librement, où chaque contrée révèle une nouvelle façon de jouer et de grandir.
Preuve	Cinq territoires reliés, un passeport tangible, un bracelet digital invisible, des costumes, une scène (Vallyo Stage), du jeu de rôle, du sensoriel, du mouvement, de l'escalade et du calme.
Bénéfice émotionnel	L'enfant repart avec le sentiment d'avoir vécu une aventure qui lui appartient — et une trace concrète de ses découvertes.

Explore freely. Discover naturally. Tell your own story.

05 — DIFFÉRENCIATION

Un territoire concurrentiel clair

Vallyo Stories ne cherche pas à mieux exécuter une mini-ville ou une plaine de jeux. La marque crée une catégorie mentale différente : la vallée narrative à explorer.

Concept	Promesse dominante	Différence Vallyo Stories
Palomano	Mini-ville immersive centrée sur les métiers et le jeu de rôle.	Vallyo Stories est une vallée entière : Town n'est qu'un de ses cinq territoires.
Wonderloo, Rainbow Kids, Planet Kid's, Uhoo, Pause & Play, CityKids	Plaines de jeux indoor centrées sur l'amusement physique (Waterloo, Auderghem, Sterrebeek, Evere, Ixelles).	Vallyo Stories transforme l'activité en exploration continue, avec un paysage, un carnet et une histoire.
Le Monde d'Ayden	Lieu inclusif, sensoriel et moteur, construit autour de l'accueil de tous les enfants.	Vallyo Stories place au premier plan le territoire imaginaire, la narration et une expérience premium.

Palomano est une ville. Vallyo est un monde.

Cette différence justifie naturellement la ferme, les champs, le sentier, l'escalade et le coin lecture : ils ne sont plus des activités ajoutées autour d'une mini-ville, mais les paysages indispensables du monde Vallyo.

Note méthodologique : cette hypothèse de différenciation s'appuie sur les offres publiques de Palomano et Wonderloo ; elle reste à confirmer par un benchmark opérationnel approfondi.

06 — L'EXPÉRIENCE

Cinq territoires et une scène, un seul paysage

Territoire	Âges / verbe	Expérience
Vallyo Town	Tous âges — become	Métiers, commerces, véhicules, costumes et jeux de rôle.
Vallyo Fields	Tous âges — sense	Ferme, champs, jardin, cabanes, animaux symboliques, sensoriel.
Vallyo Trail	Surtout 1-6 — move	Ramper, équilibrer, traverser un parcours moteur doux.
Vallyo Rocks	Surtout 4-12 — climb	Escalade progressive, défi choisi, dépassement de soi.
Vallyo Nest	0-4 — imagine	Lecture, éveil, petits mondes, cocon calme, lien parent-enfant.
Vallyo Stage	Tous âges — perform	Mini-théâtre où les enfants répètent et présentent leurs spectacles — notamment ceux de fin de stage — devant les parents.

Le duo Passport / Band

Le Vallyo Passport est l'objet magique que l'enfant touche, fait tamponner et ramène à la maison — la technologie ne lui vole jamais ce rôle. Le Vallyo Band, bracelet digital invisible, travaille en coulisses : accès et sécurité, casiers, paiement, effets « waouh » discrets, et récapitulatif envoyé aux parents après la visite.

Paper creates the magic. Technology makes it effortless.

07 — L'UNIVERS EN IMAGES

Un avant-goût de l'ambiance recherchée

Ces images sont des références d'ambiance générées par IA, rassemblées pour donner une intuition concrète du monde à construire — chaleur, matières, échelle, équilibre entre métiers structurés et nature libre. Ce ne sont pas des plans : elles servent à aligner la vision avant le travail architectural et créatif détaillé.

Vallyo Gate — le rituel d'arrivée



Vallyo Gate — un accueil chaleureux en bois, des casiers, le tableau des aventures du jour.



Le Vallyo Passport & Band — un carnet d'explorateur en kraft, des tampons, un bracelet invisible.

Vallyo Stage



Vallyo Stage — le mini-théâtre des spectacles de fin de stage

Vallyo Town



Les métiers se partagent une même rue — boulangerie, épicerie, caserne, vétérinaire, une petite scène au bout de l'allée.



Un costume suffit à transformer un enfant en pompier — sans aucune explication.



Le regard de l'enfant : la boulangerie d'un côté, les sapeurs-pompiers de l'autre.

Vallyo Fields



Cabanes, un talus herbeux, des animaux et un potager à cultiver de ses mains.

Vallyo Trail



Un parcours moteur doux et continu — poutres, rondins et rampes pour les plus petits.

Vallyo Rocks



*Prises graduées, une grotte, une cloche au sommet —
l'escalade comme récit de dépassement de soi.*



*La récompense en haut : la fierté, partagée avec un
parent.*

Vallyo Nest



Un cocon feutré pour lire, s'éveiller et se retrouver en famille.

Vallyo Square & Vallyo House



Vallyo Square — le café et la base des parents, en vue directe du jeu.



Vallyo House — l'une des cinq salles privatisables, avec vue sur Town.

La vallée, vue d'ensemble



Ville, allée végétale et rocher d'escalade tissés en un seul paysage continu.



Un samedi chez Vallyo Stories : costumes, escalade, familles réunies dans la même rue.

08 — MODÈLE ÉCONOMIQUE

Des leviers de revenus multiples

Le concept est pensé dès l'origine pour activer plusieurs sources de revenus complémentaires, au-delà de la seule billetterie journalière — sept lignes de revenus au total, chiffrées ci-dessous sur la base de l'année 1 :

- Ticketing individuel — entrées enfants et accompagnants, avec le passeport comme mécanique de fidélisation et de revisite.
- Vallyo Square — restauration et hospitalité, cœur de vie du parc et point de vente à haute fréquentation naturelle.
- Vallyo Houses — cinq salles privatisables pour anniversaires, générant un revenu additionnel à forte marge.
- Corporate / team building — privatisation entreprise avec missions scénarisées, classement d'équipe et rapport d'usage, justifiant un tarif premium.
- **Groupes scolaires et crèches — parcours pédagogiques optionnels en dehors des heures de pointe familiales.**
- Fidélisation — le passeport, physique et personnel, crée une raison naturelle de revenir compléter sa collection.
- Cours de langues — abonnements de vingt cours, animés dans les univers du parc, en appui naturel du bilinguisme FR/NL.
- Stages — semaines de stage pendant les congés scolaires, avec répétitions au Vallyo Stage et spectacle de fin de stage présenté aux parents.

Sept lignes de revenus — année 1, en EUR HT (hors TVA)

Ligne de revenus	CA année 1	Part du total
Billetterie	617,1 k€	56,2 %
Restauration (Vallyo Square)	219,5 k€	20,0 %
Anniversaires (Vallyo Houses)	128,6 k€	11,7 %
Cours de langues	66,1 k€	6,0 %
Stages	33,5 k€	3,1 %
Groupes scolaires et crèches	8,0 k€	0,7 %
Corporate (privatisations)	24,8 k€	2,3 %
Total	1 097,7 k€ HT	100 %

Les indicateurs clés — année 1

Indicateur	Base année 1
Chiffre d'affaires total	1 097,7 k€ HT
EBITDA	228,1 k€ (20,8 % du CA)
Fréquentation	48 000 visiteurs
Investissement initial (CAPEX)	1,2 M€ (dont 130 k€ de frais de lancement) — financé par 80 k€ de fonds propres, 520 k€ de tour de table et 600 k€ de dette
Retour sur investissement	Payback en année 4 dans le scénario de base (année 8 en prudent, année 3 en optimiste) — TRI actionnaires de 32 % sur 10 ans, après service de la dette

Fréquentation — un scénario calé sur un benchmark réel : Palomano (France) réalise $\approx 110\,000$ entrées annuelles sur chacun de ses 3 parcs parisiens d'environ 600 m^2 ($\approx 330\,000$ entrées au total), soit ≈ 183 entrées/ m^2 . L'hypothèse Vallyo à rythme de croisière — 55 000 visiteurs pour 900 m^2 , $\approx 61/\text{m}^2$ — ne représente qu'un tiers de la densité démontrée par Palomano, et l'année 1 (48 000 visiteurs, $\approx 53/\text{m}^2$) moins de 30 % : un scénario très prudent, nettement en deçà du benchmark.

Une trajectoire sur cinq ans (k€ HT)

Projection	Années 1 à 5
Chiffre d'affaires	1 098 · 1 188 · 1 270 · 1 340 · 1 425
EBITDA	228 · 291 · 350 · 394 · 452
Résultat net (après dette et impôts)	53 · 102 · 149 · 184 · 230
Marge EBITDA	20,8 % · 24,5 % · 27,6 % · 29,4 % · 31,7 %

Une grille de prix lisible (TTC)

- Entrée enfant 16 € · entrée adulte (accompagnant) 8 €
- Panier restauration moyen 6 €
- Anniversaire 280 € · privatisation corporate 2 500 €
- Groupes scolaires et crèches 9 € par enfant
- Abonnement cours de langues 400 € (20 cours) · stage 150 €

Tous les montants sont exprimés en EUR HT (hors TVA), base année 1 — la grille de prix ci-dessus reste affichée TTC (prix publics). La TVA est modélisée ligne par ligne : 12 % sur les loisirs et l'horeca (mix restauration : 50 % boissons non alcoolisées et 30 % food à 12 %, 20 % à 21 %, soit un taux effectif de 13,7 %), 21 % présumés sur les privatisations corporate et les cours de langues. Le service de la dette bancaire (600 k€ à 4 % sur 8 ans — 75 k€ de capital par an, intérêts dégressifs de 24,0 k€ en année 1) est intégré : le résultat net est positif dès l'année 1 (+53 k€) et atteint +102 k€ en année 2. À partir de l'année 2, les prix des entrées et des activités connexes sont indexés sur l'inflation (minimum 2 % par an) avec arrondi vers le haut, ce qui soutient la progression de l'EBITDA sur toute la période. Le modèle financier complet sur dix ans figure dans l'Excel joint.

09 — LA MARQUE

Vallyo Stories : un nom, un monde entier

Vallyo Stories est le nom de marque — celui du parc, du dossier, de tout ce qui s'adresse aux parents et aux partenaires. Vallyo est le nom du monde qu'elle raconte : un nom court, chaleureux, prononçable en français, en néerlandais et en anglais, et suffisamment extensible pour nommer chaque territoire de ce monde.

Niveau	Nom	Rôle
Marque / concept	Vallyo Stories	Le nom de marque : le parc, le dossier, la promesse globale.
Nom du monde	Vallyo	Le lieu imaginaire que la marque raconte.
Territoires	Vallyo Town / Fields / Trail / Rocks / Nest / Stage	Cinq territoires et une scène, avec âges et intensités lisibles.
Les (espaces de) services	Vallyo Gate / Square / House	Arriver, se retrouver, manger, célébrer.
Objets signatures	Vallyo Passport / Band	La magie tangible et la technologie invisible.

Personnalité de marque

Chaleureuse · ingénieuse · optimiste · calme dans sa forme · généreuse dans l'expérience · jamais criarde · jamais infantilisante.

À l'intérieur de Vallyo Town, chaque métier garde par ailleurs ses couleurs classiques immédiatement reconnaissables — rouge pompier, bleu police, vert propreté, et ainsi de suite — posées sur la palette naturelle du bois. Les enfants lisent ces codes avant même de savoir lire ; c'est ce qui invite au jeu.

VALLYO STORIES — Immersive Discovery Park — Big stories start small.

10 — LE LIEU

Une enveloppe indicative de 900 m²

Fonction	Intention
Vallyo Gate	Accueil, ticketing, contrôle, casiers, poussettes.
Vallyo Square	Café, assises, préparation légère, base d'observation des parents.
Vallyo House	5 salles privatisables + réserve mutualisée.
Vallyo Town	Métiers, véhicules, construction, costumes.
Vallyo Fields	Ferme, champs, jardin, sensoriel.
Vallyo Trail	Motricité douce, surtout 1-6 ans.
Vallyo Rocks	Mur d'escalade, surtout 4-12 ans.
Vallyo Nest	Lecture, éveil, 0-4 ans.
Vallyo Stage	Mini-théâtre — répétitions et spectacles des enfants, notamment les spectacles de fin de stage, devant les parents.
Circulation	Main Street, respirations, regroupements.
Support	Stockage, sanitaires, bureau, technique.

Priorité stratégique : protéger en premier lieu Vallyo Town, Vallyo Square et Vallyo House — les trois moteurs respectifs de la promesse, du confort familial et du revenu additionnel.

Ce zonage est un brief spatial stratégique, pas un plan d'exécution : il reste à confirmer par le relevé de géomètre, l'étude de flux réglementaire et le travail de l'architecte. La répartition entre fonctions reste volontairement ouverte — elle sera définie avec le partenaire créatif et l'architecte, non figée à ce stade.

11 — PROCHAINES ÉTAPES

Ce qui reste à valider

Décision	Pourquoi elle est structurante
Signer la LOI pour sécuriser le lieu : EN COURS	Sécurise le lieu cible et conditionne le démarrage de la phase de réalisation.
Valider les limites exactes des 900 m² : EN COURS	Permet de transformer le zoning en programme architectural mesuré.
Valider juridiquement le nom Vallyo Stories (domaine libre) : EN COURS	Déclenche le logo et l'architecture verbale définitive, après recherche BOIP / EUIPO.
Préciser le niveau d'offre food	Détermine les besoins techniques et le fonctionnement des anniversaires.
Prototyper Vallyo Town, Vallyo Stage et les costumes : EN COURS	Valide la densité, la sécurité, l'hygiène et la remise en place.
Prototyper le passeport et le bracelet : EN COURS	Teste le rituel, les missions, les effets et le potentiel de revisite.
Plan d'aménagement — design 2D et 3D + branding : EN COURS	Transforme le zoning en plan concret et prépare le travail avec l'architecte et le partenaire créatif.
Valider l'intérêt des investisseurs et monter le tour de table financier : EN COURS	Sécurise le financement du besoin total de 1,2 M€ — 80 k€ de fonds propres, 520 k€ de tour de table et 600 k€ de dette — et lance la phase de réalisation.

| *Ce que nous recherchons à ce stade*

Ce dossier constitue une étape de validation : le concept est posé, le modèle économique est chiffré sur la base de l'année 1 (EUR HT). Nous souhaitons maintenant recueillir l'intérêt des investisseurs et constituer le tour de table financier qui permettra d'engager la réalisation — dépôt de marque, étude technique du lieu, prototypage et aménagement.

12 — VISION & SCALING

Grandir en Belgique

Vallyo Stories est pensé dès l'origine comme un modèle répliquable : une marque, un monde, des territoires et des objets signatures qui peuvent vivre au-delà d'un seul lieu.

L'objectif est de déployer plusieurs sites opérationnels en Belgique dans les cinq ans, en priorité dans les grandes villes — chaque parc reprenant la même vallée, adaptée à son lieu et à son public.

Les primo-investisseurs qui rejoindront l'aventure à ce stade se verront offrir une place prioritaire dans cette phase de scaling.

One valley, many cities. Big stories start small.

Les projections présentées dans ce dossier sont exprimées en EUR HT (hors TVA) et intègrent le service de la dette bancaire (600 k€ à 4 % sur 8 ans). Elles reposent sur des hypothèses prudentes, modifiables, et seront affinées au fil du projet. Ce document est un document de présentation : il ne constitue pas une offre d'investissement.



*« Vallyo doit donner aux parents la sensation que tout a été pensé. Et
aux enfants la sensation que tout reste à inventer. »*

VALLYO STORIES

Big stories start small.

Bruxelles · Confidentiel

