

FICHE PARCOURS entreprise

1 – L'entreprise

Créés en 1967 à Saint-Etienne par la famille Bouquet, les Studios Bouquet proposent des compétences variées : réalisation de films d'entreprise, animations 3D, création graphique, sites web...

Les studios Bouquet, voudraient développer leur offre dans les musées. Avec le muséographe Atelier des Charrons, les Studios Bouquet ont déjà réalisé une douzaine de films dans le cadre d'appels d'offre de marchés publics et privés. Elaborer une réponse pertinente et attractive à ces appels d'offre est actuellement un enjeu majeur pour l'entreprise.

La muséographie et le tournage de films à destination des musées représentent donc une opportunité de diversification des activités pour les Studios Bouquet. C'est également un marché en pleine croissance sur lequel il est intéressant de se positionner. En partenariat avec l'entreprise SFI, l'enjeu est de diversifier leur activité en se basant sur une nouvelle technologie : la réalité augmentée.



2° Pourquoi avoir décidé de modifier votre offre actuelle



Les Studios Bouquet et SFI souhaitent proposer une nouvelle expérience : fournir au visiteur un casque de réalité augmentée pour que celui-ci obtienne des informations et du contenu supplémentaire lors de sa visite (ajout d'informations, indicateurs de direction, reconstitution de saynètes, etc.). Cette offre permettrait une réelle valorisation des expositions.

Cependant cette offre a un coût relativement élevé : il faut compter – à ce stade – 3000 € pour le casque (nombre à multiplier par le nombre de casques voulu, à estimer en fonction de l'affluence prévue) et entre 80 000€ et 150 000€ pour la création du contenu (spécifique au site) et l'utilisation du logiciel. C'est un surcoût qui ne permet pas aux musées de considérer l'offre car l'investissement de départ est trop variable et la rentabilisation difficile à estimer.

Ces limites incitent à repenser l'offre du fait des contraintes budgétaires des musées. Le groupement Bouquet/SFI, conscient des enjeux de développement durable, souhaiterait également avoir un produit le plus respectueux de l'environnement possible. L'économie de fonctionnalité est donc une approche idéale pour identifier des leviers de transformation du modèle économique et de la constitution de la chaîne de valeur.

3 – Quelle solution innovante allez-vous proposer ?

L'offre proposée consiste à proposer aux musées de payer en fonction du nombre de casques mis à disposition pendant le temps de l'exposition.

4 – Quels sont les bénéfices pour vos clients

L'investissement lié à la mise en place du casque de réalité augmentée dans les musées est considérable. En effet si un musée veut devenir propriétaire de ses casques, cela va engendrer de nombreux coûts :

- Achat des casques
- Elaboration de la visite virtuelle et identification de tous les éléments à introduire en réalité augmentée
- Création de la visite en réalité augmentée
- Mise à disposition des casques
- Garantie et sécurité sur les casques et leur utilisation par les visiteurs...

L'offre proposée allège considérablement le cout d'une exposition en réalité augmentée.

5 – Quel est l'impact sur votre entreprise et vos équipes ?

Au-delà de la nécessité de maîtriser cette nouvelle technologie numérique, l'entreprise doit aborder de nouveaux métiers et de nouveaux risques, notamment causés par les importants enjeux financiers.

6 – En quoi, est-ce que cela déplace les facteurs clef de performance ?

Un des facteurs clés de succès de ce projet réside dans les partenariats entre les acteurs. Cela permet de mettre à profit le réseau et les compétences de chacun pour développer l'offre et atteindre la cible, à savoir les musées.

Par ailleurs, l'expertise approfondie et l'offre originale pourront tirer parti de l'intérêt croissant du marché pour la réalité augmentée. Une stratégie marketing approfondie permettra de mener à bien une communication auprès des musées afin de valoriser cette expertise et une offre qui peut constituer une nouvelle proposition de valeur pour ces organisations à destination du public.

7 – Quel a été l'apport de l'accompagnement reçu dans cette action ?

Dans le cas de technologie disruptive comme ici, l'accompagnement met le dirigeant devant la nécessité de prendre des décisions importantes pour sa stratégie future.

8– Quels sont les nouveaux besoins de votre entreprise pour votre transition vers cette offre d'économie de fonctionnalité ?

Il s'agit désormais d'identifier les musées les plus en avance et les plus demandeurs dans ce domaine afin de tester l'offre chez eux avant de l'étendre. C'est probablement un marché international qu'il faut démarcher.