

)) le poisson pilote)))

CONSEIL EN STRATEGIE NUMERIQUE

WEBMARKETING, COMMUNICATION, E-REPUTATION
CORRESPONDANT EXTERNE A LA PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES (CIL)

Les Terrasses, 7
8 avenue de la Cible
13100 AIX-EN-PROVENCE
+33 6 86 67 30 38
contact@lepoissonpilote.com

Incubateur Inizia

Etude de faisabilité économique du projet
Mypolitop

Jean-Marie Nazarenko
10 novembre 2015

Contexte et méthodologie

Le projet Mylolitop propose le développement et la mise en œuvre d'un service de création musicale et d'écoute *in situ*, lié à des monuments historiques et plus largement à des espaces exceptionnels, culturels ou naturels. Le service sera proposé en B to B to C, les commanditaires n'étant pas les destinataires finaux. Ces derniers sont les touristes, les visiteurs, voire les habitants d'une région appelés à en redécouvrir certains lieux emblématiques à travers une proposition musicale.

A court terme, l'enjeu pour le projet est triple :

- arrêter un positionnement pertinent et donner une forme définitive au produit ;
- définir une stratégie de mise en marché adaptée aux publics cibles définis (commanditaires d'une part, destinataires finaux d'autre part) ;
- poser les grandes lignes d'un modèle économique.

Pour répondre à ces enjeux, nous proposons un accompagnement qui combinera des phases de réflexion en présentiel et des phases « distantes » d'analyse et de production. Ces dernières s'appuieront, d'une part, sur une analyse fine et approfondie des offres de même nature proposés par les acteurs publics (accompagnement de la visite, audioguides et réalité augmentée) ; d'autre part, sur une étude qualitative des comportements et des attentes des utilisateurs finaux et des clients commanditaires, en matière d'outils culturels proposés en situation de mobilité sur [smartphone/tablette...](#)

Ce travail s'organisera autour de plusieurs « modules » méthodologiques dont l'articulation permettra de livrer des documents d'analyse approfondis, et de produire une recommandation correspondant le plus finement possible à la réalité du marché, aux compétences de l'équipe projet, à sa capacité de projection et à sa plasticité conceptuelle. Ces modules seront appliqués à chacune des phases en fonction des besoins :

- un module « coaching » (questionnement de l'équipe en mode journalistique, utilisation du Business Model Canvas pour faire émerger la cohérence du projet...) ;
- un module « données » (étude documentaire et collecte de données sur le secteur, recherche approfondie des modèles existants sur le web mobile, recensement des projets parallèles ou proches portés dans les différents réseaux de l'innovation, etc.) ;
- un module « quali » (focus groupe d'utilisateurs potentiels, entretiens avec des commanditaires potentiels...), à lancer dès le démarrage de l'étude pour tenir compte des délais nécessaires à sa bonne organisation ;
- un module « analyse et recommandations ».

Pourquoi choisir le Poisson Pilote ?

La mise en œuvre de ces modules s'appuiera sur le savoir-faire du consultant, sur sa connaissance approfondie des ressorts de l'innovation (freins, accélérateurs, facteurs de risques, facteurs de réussite), sur sa compréhension des marchés du numérique grand public et des technologies de l'information et de la communication. Cette expertise s'appuie sur 8 ans d'accompagnement des projets innovants, notamment auprès de l'Incubateur Belle de Mai à Marseille et de l'Incubateur alsacien SEMIA. Ces missions se sont concentrées sur trois axes essentiels :

- la stratégie et le positionnement des projets en amont de leur lancement, afin de définir le meilleur modèle économique possible pour un produit et un marché donnés ;
- le webmarketing et la communication numérique, à travers la conception de plans de lancement utilisant tous les canaux numériques disponibles ;
- les aspects juridiques liés à la relation avec les utilisateurs et au respect des données personnelles (nous avons mis en place et nous animons un dispositif complet d'accompagnement « informatique et libertés » à Belle de Mai, en relation avec la CNIL, depuis 7 ans).

Cette longue expérience (cf. Références plus bas) nous donne aujourd'hui une vision panoramique des enjeux et des marchés de l'Internet innovant. Spécialiste des réseaux sociaux, nous sommes de surcroît à même de prolonger nos recommandations par la mise en œuvre d'un plan de communication 2.0 adapté aux besoins d'un projet en lancement.

Enfin, nous proposons au projet de bénéficier de notre connaissance du secteur de la culture et des expériences interactives qui y sont menées, en nous appuyant sur deux expertises complémentaires :

- l'animation depuis 5 ans d'une maison d'édition jeunesse (L'épicerie de l'orage) nous maintient au contact d'un secteur où l'innovation et les expériences d'interactivité sont particulièrement riches ;
- après avoir dirigé pendant 5 ans NotreTemps.com, le site internet senior n°1, nous avons gardé une relation particulière avec le marché des seniors - premiers consommateurs culturels et de plus en plus friands d'expériences interactives.

Approche et livrables

1. L'environnement

Cette première phase vise à réaliser un instantané des offres existantes ou en projet dans les secteurs de la culture, proposant une approche de réalité augmentée / modifiée / enrichie et une dimension d'interactivité, et d'en analyser les modèles économiques.

Un tour d'horizon et une typologie de l'offre existante donnera un premier aperçu des modèles développés par les collectivités territoriales, d'une part, et par les entreprises, d'autre part. Nous arrêterons particulièrement notre regard sur des propositions d'accompagnement local de la muséographie, les outils de visite augmentée, etc. Il s'agira d'en extraire les propositions incluant une forme d'interactivité (interactions à partir de son ou de vidéo, gestion interactive de l'expérience utilisateur, apport d'une expérience sonore pilotée par le visuel (dans le livre jeunesse par exemple), etc.).

Une large cartographie des offres et des projets identifiés sera réalisée. Elle s'appuiera à la fois sur une étude documentaire, sur l'interrogation des réseaux de l'innovation et sur une recherche approfondie sur le web. Elle permettra de classer les offres en fonction de leur réussite, de leurs atouts et de leurs faiblesses constatées, et de leur modèle économique. Elle précisera aussi les offres qui ont su faire évoluer leur proposition d'interactivité vers un modèle payant, si elles existent. Enfin, un état des technologies mises en œuvre sera réalisé.

Il sera intéressant de compléter ce tour d'horizon en travaillant par analogie sur des exemples de projets se situant dans d'autres domaines (forme/santé, e-learning, cuisine, développement personnel...), et dont des éléments de modèle pourrait inspirer celui de Mypolitop.

Phase 1 – Analyse de l'environnement	
Activités	Livrables
Collecte, analyse et organisation de l'information institutionnelle, marketing et technique sur les secteurs étudiés	• Description générale de l'offre de services en matière d'offres culturelles interactives et augmentées • Mapping de positionnement des acteurs essentiels • Etat de l'art des technos disponibles : fiche de synthèse • Document de synthèse des principaux modèles économiques, forces, faiblesses

2. Le marché et son accessibilité

La phase 2 de l'étude aura pour objectif de déterminer les grandes lignes de la demande, tant du point de vue quantitatif que qualitatif : les publics potentiels et leurs attentes, ainsi que l'accessibilité du marché, en particulier s'agissant du marché institutionnel (collectivités locales, entreprises). L'étude s'attardera sur les spécificités de l'accès à la clientèle finale dans une démarche B to B to C, et sur la capacité et la volonté des commanditaires institutionnels à se lancer dans la commande d'un tel produit. Une première proposition de positionnement conclura cette phase.

2.1. Les publics

L'étude se donnera pour objectifs de cerner les utilisateurs finaux et leur intérêt pour le produit proposé par Mypolitop. Pour y parvenir de manière fine et utilisable à des fins de positionnement, nous proposons de coupler quantitatif et qualitatif.

2.1.1. Une démarche quanti par projection, au cours des premières journées

d'accompagnement-coaching : modélisation, à partir des éléments chiffrés d'ores et déjà rassemblés par l'équipe projet, du marché accessible pour les collectivités et les entreprises, et de ses différentes composantes. Des profils-types d'utilisateurs finaux seront établis à partir de cette modélisation ; ils s'appuieront sur les premiers scénarios d'usage élaborés par Mypolitop, les modifieront en fonction de la réalité perçue et en proposeront de nouveaux.

2.1.2. Une approche qualitative par focus groupe. Les délais ne nous permettent pas

d'organiser les entretiens individuels qui permettraient d'entrer en profondeur dans les attentes des publics. Et un questionnaire auto-administré en ligne ne donnerait pas de réponses quali suffisamment fines. Pour confirmer les premières approches évoquées ci-dessus, il nous semble donc qu'un groupe bien recruté, représentatif des publics identifiés par la démarche quanti, apportera des indications suffisantes sur les questions de dimensionnement de l'offre, de packaging, de tarifs et de wording. Les enseignements de ce groupe quali nous permettront notamment de proposer aux collectivités une première analyse des chances de succès de Mypolitop dès lors qu'elles souhaiteront le proposer à leurs visiteurs.

2.2. Les commanditaires / acheteurs

Une enquête sectorielle permettra de réaliser une typologie des acteurs des principaux marchés potentiels identifiés par Mypolitop, à savoir les services culture des collectivités territoriales, les musées et lieux de culture privés, et certaines entreprises à vocation culturelle. Nous croiserons cette typologie avec les premières projections réalisées par l'équipe projet, au cours des premières séances de coaching, afin d'affiner la liste des entretiens à réaliser.

Dans un deuxième temps, quelques entretiens ciblés avec des responsables de ces structures permettront de s'attarder sur les manques ressentis en matière d'outils d'accompagnement de la visite, mais aussi sur les « rêves » de ces acteurs de la culture dont les moteurs ne sont jamais strictement financiers et/ou utilitaristes. Les résultats de cette enquête seront toutefois confrontés avec les dépenses que consacrent les acteurs du secteur de la culture à la mise en œuvre d'outils interactifs. Les différentes approches en la matière feront l'objet d'une analyse spécifique, afin d'en déduire le meilleur positionnement pour Mypolitop.

L'étude en tirera aussi les clés de définition du ou des services à retenir, de sa forme, de la proposition de valeur qu'il doit mettre en avant auprès des commanditaires. Il s'agira pour nous de donner les premières lignes d'un marketing produit, afin de définir non seulement à qui, pourquoi et combien on vend... mais d'abord *ce que l'on vend*.

Phase 2 – Marché	
Activités	Livrables
Etude documentaire ou complément d'étude documentaire (selon les éléments déjà collectés par Mypolitop) Préparation et animation d'un focus groupe d'utilisateurs potentiels (5 profils) Définition des segments de marché « acheteurs », enquête économique sectorielle Entretiens avec des acteurs de ces marchés (5 entretiens, dans 3 collectivités et 2 entreprises privés à vocation culturelle ou patrimoniale)	• Etat du marché : document de synthèse et typologie • Typologie des profils utilisateurs : fiches de synthèse, nouveaux scénarios d'usage validé par les entretiens • Document de positionnement avec : ○ SWOT ○ fiches descriptives du produit attendu par les commanditaires ○ fiches descriptives du produit attendu par les utilisateurs finaux

Références

Accompagnement stratégique de startups et projets innovants

- **Incubateur Belle de Mai Marseille** : positionnement & plans webmarketing
 - 25 projets accompagnés depuis 2007
 - derniers projets (2015) : Edsmile (« Le Deezer de la ressource pédagogique »), Primo Tempo (« Le Professeur de Musique Augmenté »), Des Univers Connectés (Médiation numérique pour les collectivités territoriales).
- **Incubateur Alsacien SEMIA (2014-2015)**
 - J'aime mon artisan (Place de marché mise en relation artisans-particuliers) : coaching, étude de marché, positionnement, plan webmarketing
 - GoGuarantee (Service de garantie des produits d'occasion vendus en ligne) : étude et recommandation de pivotement du positionnement, plan de lancement
 - Scoledge (Service online de travail partagé enseignants-étudiants) : coaching des porteurs de projet, mise en forme de business plan, conception du plan de communication
- **Incubateur BUSI Clermont-Ferrand (2010)**
 - Highlight / Makeet (Plateforme de création de faire-part virtuels open source) : étude de faisabilité
- **CEEI Provence**
 - Coaching de 5 porteurs de projets innovants méditerranéens dans le cadre du programme européen Netkite 2015

Accompagnement de PME : stratégie numérique, communication online, CIL externe

- Sanoia / e-Health Services (Plateforme de carnet de santé nativement anonyme)
- Genes'Ink (Producteur d'encre conductrices et semi-conductrices)
- Les Terres de Saint Hilaire (Agrotourisme et domaine viticole)
- Rue de la République Marseille (mise en place de la stratégie médias sociaux d'un quartier en mutation et de ses lieux de culture)
- Anyware Video (Producteur d'outils technologiques pour les broadcasteurs)

Formation et accompagnement collectif des startups

- Conception et animation d'un module de formation au webmarketing pour les Incubateurs
- Conception et animation d'un dispositif d'information-formation et d'audit personnalisé « informatique et libertés », en lien avec la CNIL, pour les Incubateurs et la pépinière d'entreprises Marseille Innovation

Conditions générales de vente

Tarifs, commande et conditions de paiement

Tarifs HT du Poisson Pilote, frais professionnels compris, intégrant la production de documents préparatoires :

- 1200 € HT / jour sur les définitions de stratégie et la rédaction de chartes ;
- 900 € HT / jour sur tous les autres types d'interventions de conseil ;
- 1000 à 1600 € HT / jour pour la formation (selon complexité et personnalisation du programme) ;
- 1000 € HT / jour pour les audits, y compris audits « informatique et libertés ».

Après accord sur le devis, **les montants sont entendus comme forfaitaires**. D'éventuels dépassements de temps imputables au Poisson Pilote resteront à la charge du Poisson Pilote.

Les frais de déplacement et d'hébergement lors des sessions de formation restent à la charge du client pour les sessions dont la durée n'excède pas une journée.

La facturation s'effectuera selon les conditions prévues au devis. S'agissant d'une prestation de service, les factures sont payables comptant.

Ces tarifs sont valables pour l'année 2015.

Clause de confidentialité

La société LE POISSON PILOTE EURL s'engage à ne divulguer aucune information sur les travaux et prestations de services réalisées pour ses clients, ainsi que sur les documents, de quel que type que ce soit, qui lui seront communiqués dans l'accomplissement de sa prestation de service.

Livraison et Propriété intellectuelle

Les droits sur l'intégralité des travaux réalisés par LE POISSON PILOTE EURL dans le cadre de sa prestation de services sont cédés à l'acheteur, et ce sans limite dans le temps. La livraison est considérée comme réalisée dès la date de la première présentation des livrables définis pour la prestation à l'acheteur. Toutefois, la propriété intellectuelle des travaux ne sera effectivement transférée que lors du paiement intégral de la prestation.

Résiliation

Le contrat établi par la signature du bon de commande est résiliable en cas de force majeure, indépendant de la volonté des deux parties.

Attribution de juridiction

Les conditions générales de vente présentées ci-dessus sont régies par le droit français. A défaut d'accord amiable, toute contestation concernant ces conditions générales de vente sera soumise au seul Tribunal de Commerce de Marseille.

Informatique et libertés

Les informations recueillies dans le cadre des relations commerciales entre LE POISSON PILOTE EURL et son acheteur sont destinées exclusivement à un usage interne, et ne sont en aucun cas cédées à des tiers. Les prospects ou clients disposent d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui les concernent, conformément à l'article 34 de la loi Informatique et libertés. Pour l'exercer ils peuvent s'adresser par courrier postal à :

Le Poisson Pilote EURL, Les Terrasses 7, 8 avenue de la Cible, 13100 Aix-en-Provence.

3. La stratégie de Mypolitop

L'ensemble de ces éléments, une fois rassemblés et compilés, feront l'objet d'une mise en perspective avec l'équipe de Mypolitop et la chargée d'affaires qui les accompagne à l'incubateur Inizia. Ce travail doit impérativement se faire en présentiel.

A partir des éléments recueillis au cours de l'étude et de la première approche de positionnement du concept général de Mypolitop, nous proposons donc de conduire un atelier de 3 jours avec les porteurs de projet afin de valider ensemble la pertinence de la recommandation et sa bonne prise en main par l'équipe. Ce travail sera mené au regard de critères définis avec les porteurs, notamment : adéquation des services proposés à la demande identifiée ; « évidence » du concept, facilité à l'énoncer et à dégager des éléments de langage clairs et simples à communiquer ; puissance de l'innovation d'usage ; capacité à dégager de la marge.

Au cours de cette atelier, nous utiliserons assez largement les outils du Business Model Canvas, à la fois pour « pousser dans ses retranchements » le concept de Mypolitop face aux réalités dévoilées par l'étude, et pour en faire émerger les éléments de « cohérence intrinsèque » les plus puissants.

Une synthèse finale sera produite et proposera aux porteurs un ensemble d'outils opérationnels pour la mise en marché de Mypoliyop, accompagné d'une proposition de calendrier opérationnel. Cette synthèse contiendra notamment :

- la proposition d'une gamme de produits
- la hiérarchisation des cibles (utilisateurs finaux) et des clients (commanditaires)
- des préconisations d'image, des pistes pour un nom commercial, des orientations de wording (éléments de langage)
- les grandes lignes d'un plan de référencement (thesaurus SEO) et de communication
- une première approche de plan d'affaires chiffré.

Phase 3 – Stratégie	
Activités	Livrables
Organisation d'un workshop de 3 jours avec les porteurs du projet Synthèse finale et recommandations	• Produits retenus : fiches descriptives (contenu, service rendu, ton, prix) • Cibles finales retenues : fiche de synthèse • Clients prioritaires (intermédiaires) : fiche de synthèse • Description des principes de référencement et des outils de communication à retenir : fiche de synthèse • Plan d'affaires à moyen terme

Budget et planning

Modules	JH	Prix
1. Etude d'environnement	1,5	1 350 €
2.1 Etude de marché quanti	1,5	1 350 €
2.2 Groupe quali utilisateurs finaux	2	1 800 €
2.3 Entretiens commanditaires	2	1 800 €
3.1 Atelier	3	3 000 €
3.2 Synthèse et recommandation finale	1,5	1 800 €
Total		11 100 €

Les prix s'entendent hors taxes, frais professionnels compris.

Deux séjours à Ajaccio ont été pris en considération et intégrés dans le budget : réunion de lancement (1 journée) et workshop (3 journées).

Cette proposition est modulaire et peut faire l'objet d'aménagements en fonction des besoins et du budget du porteur de projet.

Planning prévisionnel

Le planning de cette mission peut à notre sens tenir en 3 mois, à partir de la séance inaugurale en présentiel à Ajaccio :

- S 1. Réunion de lancement à Ajaccio.
- S 2 à 4. Etude d'environnement, étude de marché, organisation du focus groupe, prise de rv pour les entretiens commanditaires.
- S 5-6. Focus groupe, entretiens commanditaires.
- S 7-8. Production de l'étude de marché.
- S 9. Workshop.
- S 10 à 12. Production de la recommandation stratégique finale.

Bon pour accord
Incubateur d'entreprises innovantes

inizià

Maison du Parc - ZI Erbajolo - 20600 BASTIA
Siret : 798 482 097 00010

Jacques Pomonti
Jacques POMONTI
Président

Le 7/01/2016