**

**Etude de la concurrence**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Avancées et modifications du document** | | |
| *Auteur* | Commentaires | *Date* |
| Adrien Mau | Création du document et ajout du contexte, début de la partie concurrence | 10/03/2016 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

*Ce document ne vise pas seulement à faire l’état de l’art de la concurrence, et du marché que nous pénétrons, mais aussi d’établir quelques prémices sur la façon dont nous allons réagir à cette concurrence. Nous allons tenter de prévoir l’évolution de la concurrence, car notre produit unique et innovant ne gardera aucune de ses deux qualités bien longtemps.*

**Contexte :**

Afin de bien comprendre comment présenter la concurrence, réagir à sa présence et à son évolution, nous allons rappeler le contexte dans lequel vit notre entreprise.

Nous proposons le logiciel d’un dispositif pour microscope STORM innovant, permettant d’atteindre des résolutions 3D jamais atteintes (quoique la même résolution 2D ait déjà été atteinte) et facile à mettre en place. Nous sommes en partenariat avec Fovéa qui vend le microscope complémentaire dans les ~45000 € .Notre marché est très restreint, mais le caractère innovateur et sophistiqué de notre produit est son point fort : il n’y a qu’avec lui qu’on peut obtenir de tels performances.   
*Passage sur le marché, évolution récente en terme de superrésol ? Difficulté à mettre en place le système de nos concurrents ? Statistiques ?*

Notre principal inconvénient cependant, est que nous sommes nouveaux et donc peu connus. Si la fiabilité et les performances de notre produit se révèlent être garanties, nous pouvons en premier temps effectuer une campagne de communication, consistant en des publications, peut-être des conférences et des présentations sur notre site internet. Mais il ne fait pas de doute que de gros concurrents potentiels comme Zeiss ou Leica peuvent rapidement nous prendre notre place sur le marché. Notre programme peut être copié en facilement 2 mois, ce qui représente un gros désavantage pour notre entreprise. Nous ne pouvons-nous fonder essentiellement sur ce produit à long terme et on s’attend clairement à l’émergence rapide de concurrents directs, que l’on va tenter de prévoir.

Nos concurrents indirects concernent le quasi-ensemble des grandes et moyennes entreprises en microscopie, possédant des logiciels qui contrôlent absolument tout le système lié au microscope, et atteignant des résolutions plus basses que les nôtres, mais qui suffisent à beaucoup de clients.

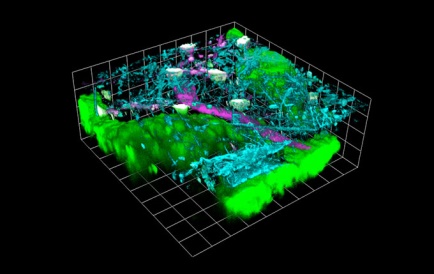
En premier temps, les clients que nous pouvons gagner sur les concurrents, concernent les chercheurs ou industriels voulant être à la pointe de la technologie, et n’attendant pas deux-trois mois qu’une technologie moins onéreuse sorte. (Se renseigner sur le délai de commande d’un produit). Une fois en possession de notre produit, mis à jour et performant il est peu envisageable qu’ils changent de marque. Il n’existe pas de concurrence directe sur ses clients, la concurrence se réduit ici aux dernières avancées technologiques.  
Nous pouvons envisager de baisser les prix avec l’arrivée d’une concurrence directe, mais il n’est pas évident qu’un prix plus faible attire plus, car dans notre domaine de recherche il faut aussi un gage de qualité, pour lequel on est prêt à payer. Si en revanche nous atteignons (en ajoutant le prix fixé par Fovéa) la tranche de prix qui est nécessaire pour une super-résolution 2D usuelle, les clients choisiront préférentiellement notre système car il sera plus abouti, pour un même prix. Ici la concurrence est directe pour des clients qui ne veulent pas forcément atteindre les meilleures performances possibles avec un bon rapport qualité/prix. Cependant le prix total de notre système restera difficile à contrôler tant que nous dépendrons de Fovéa, qui ne partagera pas forcément notre stratégie vis-à-vis du marché.

**Les concurrents :**

**Concurrents indirects :**

Nous disposons d’un produit novateur et n’avons donc pas encore de concurrent directs, capable d’atteindre les mêmes performances que notre logiciel. En revanche beaucoup de chercheurs et d’industriels n’ont usuellement pas besoin d’atteindre de telles performances et se tourneront vers d’autres dispositifs (STORM ou non) bas coût, tels que … (*référence*).

Même si la reconstitution 3D est un plus, il existe d’autres logiciels de reconstitution 3D libres (*références ?)* ou payants *(ref)….* Le « [FV1200MPE Laser Scanning Microscope](http://www.olympus-lifescience.com/en/laser-scanning/fv1200mpe/#!cms[tab]=%2Flaser-scanning%2Ffv1200mpe%2Fapplications) » d’Olympus permet déjà la reconstitution 3D d’image et aujourd’hui quasi tous les microscopes vendus par les grandes marques proposent des outils d’analyse et de reconstitution 3D

* reconstitution 3D avec le FV1200*

Les logiciels fournis par ses entreprises contrôlent l’ensemble du microscope de façon très intuitive, comme LAS X proposé par Leica ou… et maîtrisent certains traitement d’image que nous n’avons pas encore mis au point (Déconvolution 3D, …)

De nouvelles technologies comme … améliorent de plus en plus les résolutions obtenues mais se limitent souvent à la 2D…

En termes de super-résolution on peut citer [le vutara de Bruker](http://ir.bruker.com/investors/press-releases/press-release-details/2015/Bruker-Introduces-Vutara-352-Super-Resolution-Fluorescence-Microscope/default.aspx), le FV1200 d’Olympus, le [SR GSD 3D de Leica](http://www.leica-microsystems.com/products/super-resolution-microscopes/), [Nikon](http://www.medicalexpo.fr/prod/nikon-instruments/product-90037-700037.html)…

**Concurrents directs potentiels :**

Il n’existe à l’heure actuelle pas de concurrents directs, mais il ne fait aucun doute que de tels concurrents vont émerger dans les mois qui suivent notre pénétration du marché. Il est de notre bon sens d’analyser quel type d’entreprise est à même de nous concurrencer.  
  
Peu de start-up prendraient le risque d’investir dans un dispositif proche du notre pour nous concurrencer. En premier lieu elles ne connaissent pas les informations et systèmes rudimentaires qui nous ont permis de le réaliser, et en deuxième lieu le marché va être en évolution rapide, et est déjà restreint de base.

Les concurrents directs potentiels sont surtout représentés par les grosses boîtes dominant dans la microscopie : Leica, Zeiss, Olympus, Bioaxial, Bruker, Nikon… pour qui non seulement l’innovation, mais aussi l’image est importante.

Ses futurs concurrents directs peuvent être prêts à payer une somme importante pour comprendre notre technologie, nous pouvons donc envisager de poser un brevet, et de crypter notre programme afin de rendre sa copie plus difficile.

(\* mettre plusieurs versions du logiciel dans le brevet, dont une bonne ? Pour gagner du temps sur les concurrents ?)

Il est possible qu’une grosse entreprise cherche à nous racheter, afin d’utiliser efficacement notre savoir-faire et nos ressources. Dans ce cas-là nous serons plus indispensables que Fovéa car leur savoir-faire est plus facilement copiable. Nous devons nous demander dès aujourd’hui si nous sommes prêt à accepter une telle proposition, sous quels termes, et vers quel prix.

**HS :**

Stratégie d’attaque :

Début cher, comme produit « luxe », puis descente rapide des prix pour pénétrer un marché plus vaste ?  
Avec quel timing face à l’émergence de produits concurrents directs ?  
Réaction : Quelles améliorations peut-on faire ? Plutôt élargir la gamme ? Incorporer notre logiciel au software du microscope ?

Même si nous sommes une nouvelle entreprise, il est important que l’on considère déjà la question de l’image de marque. Un logo simple accompagne un logo plus poussé avec une image qui sert d’icone pour le logiciel et le site internet. Notre marque tournera autour de deux couleurs (bleu et ? ) (rouge déjà pris par Mathworks, est-ce une mauvaise chose ? Est-ce que les chercheurs n’ont pas déjà été conditionnés ?).   
Nous disposerons d’un Forum, à l’écoute des utilisateurs où ils pourront aussi poster leurs idées et appréciations sur nos produits. (pour l’instant juste le logiciel)

Com

Linkedin ? Twitter ? Facebook ? Revues scientifiques ? Conférences ?