

Etude d'opportunité

S1.06 - Découverte de l'environnement économique et écologique



EARTHBOUND
TECH INDUSTRIES



BLAGNAC

Sommaire :

1. Présentation de l'entreprise :.....	2
2. Diagnostic externe :.....	4
3. Diagnostic interne :.....	6
4. Présentation de notre cible :.....	7
5. Notre stratégie :.....	10
6. Notre projet :.....	11
7. Organisation de l'équipe :.....	13

1. Présentation de l'entreprise :

Notre entreprise, EarthBound Tech Industries, est une entreprise innovante spécialisée dans la conception, la fabrication et la vente de consoles de jeu respectueuses de l'environnement. Elle se positionne sur le marché des consoles de jeu comme une alternative durable, écologique et éthique aux géants de l'industrie.

Notre stratégie repose sur deux axes principaux. D'une part, innover technologiquement et écologiquement. Nous proposons des produits technologiquement avancés tout en réduisant leur impact environnemental. D'autre part, satisfaire notre clientèle. Nous voulons créer des produits de haute qualité qui répondent aux attentes des joueurs en favorisant la réparation plutôt que la consommation excessive.

Se diversifier dans l'industrie des jeux vidéo offre plusieurs avantages stratégiques pour EarthBound Tech Industries. L'introduction de jeux pour notre console de jeu nous permet non seulement d'accroître notre visibilité, mais aussi d'attirer un nouveau public sensible à nos valeurs écologiques. Par ailleurs, les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact environnemental des produits qu'ils choisissent. En intégrant nos pratiques durables dans le secteur, nous pouvons répondre à cette demande croissante tout en consolidant notre position sur le marché.

La diversification dans le secteur des jeux vidéo offre plusieurs gains pour EarthBound Tech Industries. Elle permettra d'accroître notre chiffre d'affaires en générant de nouvelles sources de revenus. En proposant des jeux exclusifs pour notre console durable, nous renforçons la fidélité de nos clients soucieux de l'environnement. De plus, notre engagement envers l'éco-conception et l'éthique nous offre un avantage concurrentiel distinct, attirant une clientèle responsable. Enfin, nos actions écologiques contribueront à réduire les déchets électroniques et les émissions de CO₂, tout en sensibilisant la communauté des joueurs à des enjeux environnementaux cruciaux.

Notre nom, EarthBound Tech Industries, reflète l'engagement de notre entreprise envers la planète. EarthBound évoque un lien profond avec la Terre tandis que Tech Industries rappelle son expertise dans le domaine technologique. Ce nom montre ainsi l'envie de l'entreprise de marier ces deux mondes : l'innovation technologique et la préservation de l'environnement.

Notre produit, la Solaris Play incarne l'idée d'énergie solaire tout en rappelant l'univers du jeu. Solaris évoque le soleil, source d'énergie renouvelable, et la promesse d'une approche technologique respectueuse de l'environnement. Play fait directement référence au produit : c'est une console de jeu. Ce nom de produit reflète notre vision de créer un produit énergétiquement responsable tout en offrant une bonne expérience de jeu.

Notre logo représente une manette de jeu stylisée en bois, avec des feuilles vertes poussant dessus. Cette conception symbolise l'harmonie entre la technologie et la nature, mettant en avant l'engagement de l'entreprise envers l'éco-conception et le respect de l'environnement. Le bois évoque la durabilité tandis que les feuilles ajoutent une dimension écologique, en lien avec les objectifs de notre entreprise.



Logo de l'entreprise EarthBound Tech Industries

Enfin, notre slogan "Where nature meets gaming" illustre la stratégie de EarthBound Tech Industries, qui consiste à fusionner l'univers du jeu vidéo avec des pratiques respectueuses de l'environnement. Il montre que même si la technologie et la nature sont souvent perçues comme opposées, notre entreprise réussit à les rassembler.

2. Diagnostic externe :

	Opportunités	Menaces
Politique	Certains pays encouragent les pratiques écoresponsables grâce à des politiques de soutien.	Les réglementations changent en fonction des pays (sur la protection des données par exemple) et cela peut limiter l'expansion de l'entreprise.
Economique	Le marché des jeux vidéo ne fait qu'augmenter (6.1 milliards € en 2023 selon la SELL, soit +9.9% en 1 an). Le chiffre d'affaires du marché des consoles a également augmenté de 24.1% par rapport à 2022.	Les inflations et potentielles crises économiques peuvent affecter les dépenses des consommateurs en les influençant à diminuer leurs achats de loisirs pour privilégier l'essentiel.
Social	Les préoccupations croissantes concernant l'environnement encouragent une demande pour des produits responsables.	Les utilisateurs peuvent ne pas être suffisamment conscients des enjeux écologiques liés aux jeux vidéo et aux consoles. Il faut donc les inciter à opter pour des produits respectueux de l'environnement.
Technologique	Les avancées technologiques (VR, AR) offrent des opportunités pour innover et attirer un large public.	Le coût des technologies de pointe nécessaires pour rester compétitif peut être élevé, et la rapidité des évolutions technologiques nécessite une adaptation

		constante.
Environnemental	L'augmentation de la prise de conscience environnementale crée une pression pour des pratiques de production plus écologiques.	L'industrie du jeu vidéo génère beaucoup de déchets électroniques, notamment avec la production de consoles.
Légal	Certaines réglementations sur la protection des utilisateurs, comme le RGPD, peuvent aider à instaurer la confiance avec les consommateurs.	Des réglementations strictes peuvent restreindre certaines pratiques commerciales.

Matrice PESTEL de notre entreprise

La matrice PESTEL montre que le marché des jeux vidéo présente des opportunités intéressantes pour EarthBound Tech Industries, en particulier en raison des inquiétudes écologiques croissantes et de l'innovation technologique. Cependant, la concurrence intense, les défis économiques et les réglementations variées dans différents pays peuvent représenter des obstacles.

Il est important pour notre entreprise d'identifier ses concurrents.

Concurrents directs	Concurrents indirects
Exemple : Sony, Nintendo	Exemple : Electronic Arts, Activision Blizzard
Ces entreprises vendent des jeux physiques et dématérialisés (Zelda TOTK) ainsi que des consoles (Nintendo Switch). Bien qu'elles soient moins tournées vers l'écologie que notre entreprise. Ce sont des entreprises bien établies sur le marché qui représentent une concurrence importante. Ayant une forte part du marché et un grand réseau de distribution, elles	Ces entreprises ne produisent pas de consoles et ne se concentrent pas sur la production de jeux physiques mais plus dématérialisés. Cela limite leur coût de production, réduit leur déchets et améliore leur réseau. Notre entreprise devra donc envisager l'idée d'explorer le marché des jeux dématérialisés (65% des jeux en 2023).

possèdent une grande base de clients.	
<p>Concurrents futurs</p> <p>Exemple : Jeux immersifs (Meta, Apple)</p> <p>Les grandes entreprises de technologie avec leurs projets en réalité virtuelle (VR) et augmentée (AR), pourraient entrer sur le marché des jeux vidéo et créer des expériences qui remplacent les consoles physiques traditionnelles. Elles peuvent être des barrières pour des nouvelles petites entreprises éco responsables comme la nôtre.</p>	<p>Produits de substitution</p> <p>Exemple : Jeux mobiles (Supercell, King) et Jeux PC (Take2, hébergeurs Steam ou Epic Games)</p> <p>Les jeux mobiles (24% du marché en 2023) et jeux PC (24% aussi) sont des produits qui peuvent remplacer les jeux sur consoles (52%). Les jeux mobiles peuvent être emportés partout et téléchargés rapidement tandis que les jeux PC ont de meilleures performances et les bibliothèques (Steam ou Epic Games) qui offrent des milliers de jeux sont des concurrents solides.</p>

3. Diagnostic interne :

EarthBound Tech Industries bénéficie de plusieurs forces qui la positionnent comme un acteur différencié dans l'industrie des jeux vidéo. Premièrement, l'entreprise se distingue par un fort engagement écologique, en intégrant des pratiques durables dans la conception de ses produits. L'entreprise s'approvisionne en matériaux durables, comme les plastiques recyclés et les composants électroniques à faible empreinte carbone. Les processus de fabrication et de stockage sont optimisés pour minimiser le gaspillage. L'entreprise est également autosuffisante grâce aux panneaux solaires pour diminuer sa consommation électrique. Tout cela répond à une demande croissante pour des produits respectueux de l'environnement. L'innovation technologique est également un atout majeur : l'entreprise met l'accent sur la R&D pour créer des consoles performantes tout en respectant des normes écologiques strictes. Cette approche permet à l'entreprise de se différencier des grands acteurs du marché. En outre, l'approvisionnement en matériaux plus chers mais plus durables renforcent la crédibilité de l'entreprise en matière d'éco-responsabilité grâce à des produits de qualité supérieure.

Cependant, l'entreprise présente certaines faiblesses qui peuvent freiner son développement. Étant une nouvelle entreprise arrivant sur le marché des jeux vidéo, l'absence d'expertise est une faiblesse importante. L'entreprise devra peut-être acheter des start-up spécialisées par exemple. Un autre obstacle potentiel est la capacité d'investissement limitée, car l'industrie des jeux vidéo nécessite des

ressources financières importantes pour soutenir la R&D, le marketing et la production à grande échelle. Face aux budgets considérables des géants comme Sony ou Microsoft, cela pourrait être un frein à la compétitivité.

EarthBound Tech Industries possède plusieurs compétences pour l'aider à s'intégrer au nouveau marché. Sa capacité à concevoir des produits durables, à utiliser des matériaux de grande qualité, et à appliquer des technologies éco responsables dans sa production. L'entreprise dispose également de compétences dans la vente de consoles, ce qui peut l'aider à vendre ses jeux vidéo. Ainsi, elle possède déjà un réseau de distribution écoresponsable performant. De plus, EarthBound Tech Industries bénéficie d'un fort potentiel en R&D pour continuer à innover et se différencier de ses concurrents. Pour garantir une encore meilleure qualité, les employés bénéficient de formations pour rester à la pointe des technologies et des pratiques écoresponsables. Notre entreprise possède de bonnes compétences en marketing. EarthBound Tech Industries fait de nombreuses promotions sur ses actions écologiques : plantation d'arbres par exemple, attirant ainsi les consommateurs soucieux de l'environnement. Les compétences en services après-vente de notre entreprise visent à maintenir une relation positive avec les clients et à améliorer l'expérience utilisateur : le service client est réactif et de nombreuses mises à jour logicielles permettent d'améliorer l'expérience de jeu et de prolonger la durée de vie des produits pour moins gaspiller.

4. Présentation de notre cible :

Notre entreprise cible les personnes soucieuses de l'environnement. Nos clients vont acheter nos consoles et nos jeux. Ils peuvent être des parents achetant des consoles pour leurs enfants ou des jeunes adultes passionnés de jeux vidéo. Il est possible que nos utilisateurs soient différents de nos clients : un enfant qui joue avec une console achetée par ses parents. Il faut donc étudier leur comportement séparément.

Les clients d'EarthBound Tech Industries achètent principalement lors du lancement de nouveaux modèles de consoles, pendant les périodes de fêtes (comme Noël ou les anniversaires), ou lors de promotions spéciales (telles que le Black Friday ou les soldes). Les achats se font principalement en ligne via des plateformes comme Amazon, mais les magasins physiques spécialisés comme la Fnac restent populaires, notamment parmi les passionnés de technologie. Les motivations d'achat sont généralement liées à la recherche de technologies innovantes, d'une expérience de jeu immersive et d'une console durable, respectueuse de l'environnement. L'aspect éco responsable du produit est un argument clé pour les consommateurs soucieux de l'impact écologique de leurs achats, que la console soit pour eux ou pour une autre personne.

Les utilisateurs jouent principalement lors de leurs temps de loisir, tels que les soirées, les week-ends et les vacances, avec une utilisation plus régulière chez les jeunes adultes et les adolescents. Ceux qui jouent de manière compétitive utilisent aussi la console quotidiennement. La majorité jouent à domicile, avec des consoles connectées à des téléviseurs, offrant ainsi une expérience immersive. Les motivations d'utilisation incluent le désir de se divertir, de se détendre, de vivre une expérience de jeu captivante et d'explorer de nouveaux mondes. Les joueurs sont également attirés par la possibilité de se connecter avec d'autres utilisateurs en ligne, de participer à des compétitions, ou encore de profiter de jeux innovants et écologiques qui allient performance et respect de l'environnement.

La satisfaction de nos clients dépend de la qualité du produit (performance, fiabilité, durée de vie de la console) et de la valeur ajoutée qu'ils perçoivent, notamment en termes de durabilité et d'impact environnemental. Une console solide, respectueuse de l'environnement et facile à utiliser est donc capable de satisfaire les clients écoresponsables. La satisfaction de nos utilisateurs quant à elle dépend principalement de l'expérience de jeu : les graphismes, le confort d'utilisation, la réactivité, la bibliothèque de jeux disponibles, et la possibilité de jouer à des jeux multi-joueurs. Les joueurs cherchent des expériences immersives, interactives et des produits qui répondent à leurs valeurs environnementales. Avec nos innovations technologiques avancées, nous pouvons remplir ces critères.

Les motivations des clients sont multiples. Tout d'abord, ils recherchent une satisfaction de l'expérience de jeu, avec une console performante qui offre une qualité visuelle et sonore immersive. L'engagement écologique devient également un critère de plus en plus déterminant, de nombreux consommateurs étant sensibles à l'impact environnemental des produits qu'ils achètent et souhaitant soutenir des entreprises qui développent des produits respectueux de la planète. Enfin, l'innovation et la technologie jouent un rôle majeur, notamment chez les jeunes adultes passionnés de jeux vidéo, qui sont toujours à la recherche de nouvelles façons de jouer et de découvrir des technologies de pointe.

Les motivations des utilisateurs sont principalement axées sur le fun et le divertissement, avec l'envie de s'évader dans des mondes interactifs et immersifs. L'aspect ludique est essentiel pour une expérience de jeu enrichissante. De plus, de nombreux utilisateurs sont également attirés par le multijoueur et la compétition, cherchant à jouer avec leurs amis ou à participer à des compétitions en ligne. Enfin, la possibilité d'un accès illimité à une vaste bibliothèque de jeux attire ceux qui préfèrent l'accessibilité dans leur expérience de jeu.

Les freins à l'achat ou à l'utilisation peuvent être nombreux. Le coût élevé des produits constitue un obstacle majeur, notamment pour les consoles écologiques qui peuvent être perçues comme trop chères par certains consommateurs. Un autre frein réside dans l'habitude des consommateurs, qui sont souvent attachés à des marques bien

établies, comme Sony ou Microsoft, et peuvent hésiter à changer de marque. Enfin, un manque de jeux ou de services attrayants pourrait dissuader les utilisateurs potentiels, car la qualité et la diversité des jeux sont essentielles pour fidéliser les joueurs.

Les acheteurs potentiels perçoivent EarthBound Tech Industries comme un acteur innovant dans l'industrie des jeux vidéo, se distinguant par son engagement fort envers la durabilité et l'écologie. L'entreprise est vue comme un pionnier d'une nouvelle génération de produits technologiques, qui combinent à la fois performance et respect de l'environnement. Du côté des utilisateurs, la perception se tourne vers une console de haute qualité, écologique, avec des jeux innovants et une expérience immersive qui répondent à leurs attentes en termes de divertissement et d'innovation.

Les critères favorisant l'achat et l'utilisation reposent sur plusieurs éléments clés. La qualité des jeux est primordiale, avec des titres exclusifs, bien développés, offrant des graphismes de haute qualité, un gameplay fluide et des histoires captivantes, ce qui constitue un facteur déterminant pour attirer et fidéliser les joueurs. L'impact environnemental joue également un rôle crucial, car une console fabriquée avec des matériaux recyclés et une faible empreinte carbone séduira particulièrement les clients soucieux de l'écologie. L'accessibilité des prix est essentielle pour rendre le produit compétitif, il faut donc justifier un éventuel prix plus élevé si la durabilité et la performance de la console surpassent celles des produits concurrents. Enfin, la facilité d'utilisation est un critère important, si le produit est ergonomique, fiable et agréable à utiliser, il renforcera la fidélité des joueurs.



Marie DUPONT

Âge : 32 ans

Profession :
Cadre Marketing

Situation familiale :
En couple avec 2
enfants

Marie est très consciente de l'impact environnemental de ses achats. Elle aime les produits technologiques, mais elle s'assure toujours qu'ils soient durables et respectueux de l'environnement.

Elle aime ses enfants et voudrait leurs acheter une console et des jeux. Elle voudrait donc que le produit qu'elle achète soit de bonne qualité.

Ses craintes :

- Le bien-être de ses enfants
- L'environnement

Ses attentes :

- Un divertissement de bonne qualité pour ses enfants
- Un produit avec un impact écologique réduit

"Je suis prête à payer plus cher pour des produits de meilleure qualité et plus respectueux de l'environnement."



Antoine DELACROIX

Âge : 18 ans

Etudiant en informatique

Aime jouer aux jeux vidéo

Antoine aime beaucoup jouer aux jeux vidéo avec ses amis. Il est toujours très intéressé par les nouvelles innovations informatiques. Il n'a pas encore l'argent pour acheter les jeux qu'il veut alors il demande régulièrement à ses parents.

Cependant, il s'inquiète également pour son avenir et celui de la planète à cause de la pollution (numérique entre autres).

Ses craintes :

- Son avenir
- L'écologie

Ses attentes :

- Des jeux pour le divertir
- Des jeux dont la conception ne détruit pas la planète

"J'aime m'amuser, mais j'aimerais que ce ne soit pas au détriment de la Terre."

Exemple de personae pour notre entreprise

Ces deux personae présentent une cliente type, Marie, et un utilisateur type qui n'est pas acheteur, Antoine.

5. Notre stratégie :

Notre entreprise adopte une stratégie de focalisation fondée sur la différenciation par le haut. Notre avantage concurrentiel repose sur le caractère unique de notre produit, alliant technologie et respect de la Nature. Grâce à notre matrice PESTEL, nous pouvons voir que le marché des jeux vidéo connaît une croissance continue. Le facteur écologique représente une tendance favorable, avec un nombre croissant de consommateurs qui privilégient des produits respectueux de l'environnement. Cependant, il existe aussi des menaces liées à la concurrence des géants comme Sony, Microsoft, etc. qui investissent massivement dans l'innovation. La stratégie de différenciation permettra à EarthBound Tech Industries de se positionner comme une alternative innovante et durable. Dans notre diagnostic interne, nous avons vu que l'entreprise a un fort potentiel en termes de compétences techniques et d'innovation. Notre engagement écologique et notre réseau de distribution sont des atouts qui nous permettront de se positionner comme un acteur de niche dans ce marché et donc de s'imposer comme un modèle sur l'innovation technologique et environnementale.

Pour mettre en œuvre notre stratégie, nous avons plusieurs pistes à explorer. Tout d'abord, nous envisageons une stratégie d'innovation technologique afin de garantir que nos produits soient à la fois à la pointe de la technologie et respectueux de nos engagements écologiques. Nous prévoyons également une stratégie inter-entreprises,

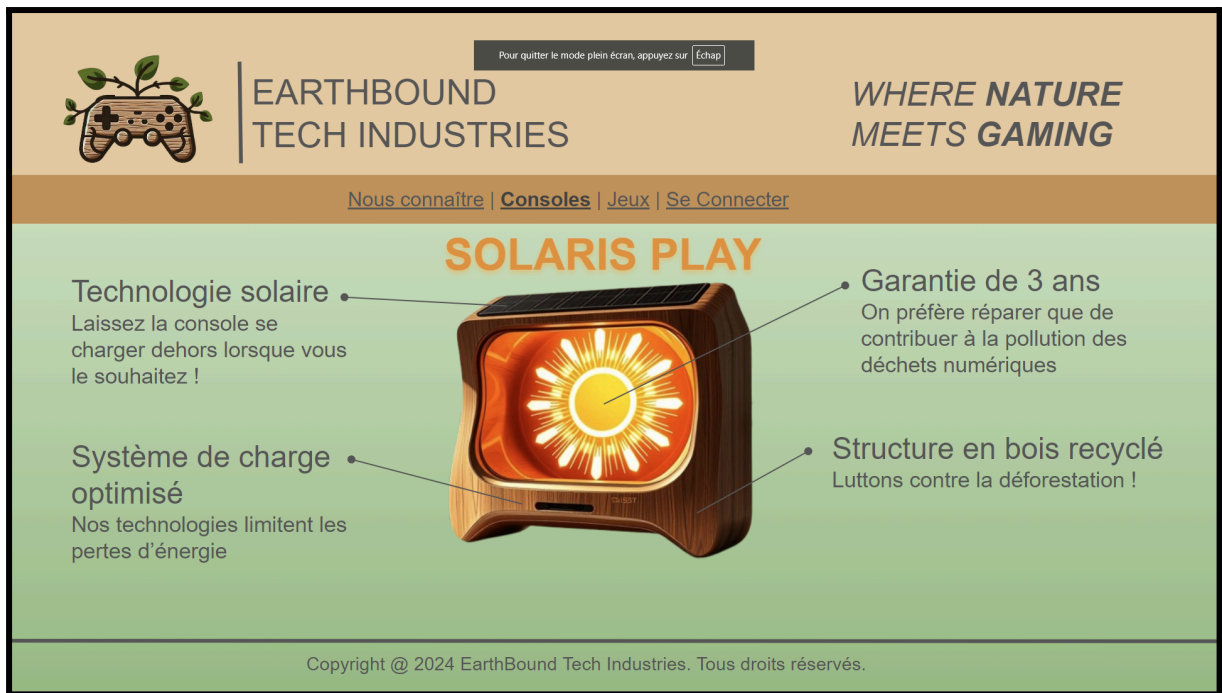
en externalisant certains procédés, comme le recyclage du bois pour nos consoles, à travers des partenariats avec des entreprises spécialisées. L'internationalisation sera un axe clé de développement pour étendre notre présence à l'échelle mondiale et atteindre un public de plus en plus soucieux de l'environnement. Parallèlement, la croissance externe, via l'absorption de start-up partageant nos objectifs écologiques et technologiques, nous permettra de renforcer notre compétitivité face aux géants du secteur tout en réduisant la concurrence au sein de notre niche. Enfin, nous pourrions nous diversifier en élargissant notre offre à des accessoires de jeu écologiques (manettes, casques, etc.) et en proposant des services innovants, comme un modèle de cloud gaming qui permettrait aux joueurs d'accéder à un large éventail de jeux dématérialisés, tout en intégrant des pratiques durables dans ces nouveaux produits et services.

6. Notre projet :

Voici des maquettes de notre site WEB :



Maquette 1



Maquette 2



Maquette 3

Tout d'abord, notre site sera de couleurs vertes et marrons pour rappeler la Nature et l'environnement car notre entreprise se veut éco-responsable. Le site possède plusieurs onglets, l'un présentant l'entreprise, d'autres présentant notre console et nos jeux. La maquette 1 montre la page qui donne des informations sur la raison de la création

de la Solaris Play. D'une part, cette page attire les joueurs qui veulent une nouvelle expérience technologique. D'autre part, elle attire les personnes qui se sentent concernées par l'environnement. La maquette 2 détaille les innovations écologiques mises en place pour cette nouvelle console. Elle apporte des informations concrètes à ceux qui souhaitent savoir en quoi l'entreprise conçoit des produits respectueux de l'environnement. Enfin, la maquette 3 est la page des jeux. Puisque le site servira plus tard à vendre nos jeux, il faut déjà commencer à attirer de potentiels acheteurs en leur montrant les projets en cours et en leur proposant de participer à l'avancée écologique et technologique des jeux vidéo.

7. Organisation de l'équipe :

Pour faire cette étude d'opportunité, nous avons d'abord discuté ensemble de notre stratégie, de ce qu'on souhaitait avoir comme image d'entreprise. Nous avons donc choisis d'être une entreprise écologiquement responsable. Ensuite, Ethan a cherché des noms, des logos et des slogans. Tout le groupe s'est ensuite accordé pour choisir ce qu'on utiliserait. Rayan s'est ensuite chargé de faire la première partie de la question 2, Ethan la seconde partie et Enzo la question 3. Après cela, nous avons rassemblé ce que nous avons fait et nous avons relu tous ensemble pour ajouter et corriger du contenu. Enfin, nous avons fait les dernières parties ensemble puis Ethan a rendu le document final.