

SAE 1.06

Dossier de conception

(12/12/2021)

Mickaël **FERNANDEZ**
Tilian **HURÉ**

Groupe 4A

Sommaire :

1) Page d'accueil :	3
Présentation du site :	3
Présentation GreenTech :	3
2) ILEK :	4
Tableau récapitulatif :	4
Histoire :	5
Modèles économiques :	5
Chaîne de valeur :	6
Environnement concurrentiel :	8
Enjeux :	9
3) ADAGOS :	12
Tableau récapitulatif :	12
Histoire :	12
Modèles économiques :	14
Chaîne de valeur :	15
Environnement concurrentiel :	16
Enjeux :	18
4) Comparatif des stratégies des entreprises :	19
Stratégie de l'entreprise IleK :	19
Cohérence d'ensemble d'IleK :	19
Stratégie de l'entreprise Adagos :	20
Cohérence s'ensemble d'Adagos :	20
Conclusion :	20
5) À propos :	22
Contexte :	22
Contributeurs du sites :	22
6) Conception du site :	23
Objectif :	23
Cibles et profil des utilisateurs :	23
Structure :	23
Recommandations ergonomiques :	24
Charte graphique :	24

1) Page d'accueil :

Présentation du site :

Bienvenue sur le site web comparatif des entreprises GreenTech choisies par Tilian .H et Mickaël .F.

Retrouvez sur ce site, la présentation des deux entreprises GreenTech choisies dans le contexte de la SAE 1.06 se déroulant à l'IUT de Blagnac, ainsi que le comparatif de leur stratégie respective.

Présentation GreenTech :

La Greentech rassemble des organisations cherchant à innover dans les nouvelles technologies durables, dans le respect et la protection de l'environnement. Ainsi, elle contribue écologiquement au développement durable avec pour objectif principal de réduire l'empreinte carbone sur Terre.

Les organisations GreenTech se retrouvent dans plusieurs domaines, comme les énergies renouvelables, l'agriculture, les transports propres, mais aussi la santé ou encore le numérique durable.

2) ILEK :

Tableau récapitulatif :

Entreprise	Ilek
Secteur d'activité	(Etudes techniques, commerce) Fournisseur local spécialisé dans le gaz bio et renouvelable en résidentiel ainsi que dans l'électricité verte pour les particuliers et les petites entreprises.
Date de création et Fondateurs	Création en septembre 2015 par Julien CHARDON et Rémy COMPANYYO. (Date d'officialisation le 6 mai 2016)
Lieu	Toulouse (France)
PDG	Rémy COMPANYYO - Cofondateur et CMO d'Ilek; Julien CHARDON - Cofondateur, CEO et directeur d'Ilek.
Taille	Environ 100 salariés - PME
Domaine GreenTech	Énergies renouvelables

Dates clés et évolutions :

- **2016** : Acquisition de l'agrément de fourniture d'énergie verte auprès de ses fournisseurs et apparition de premières offres d'énergie verte française proposées auprès de sa clientèle;
- **2018** : Diversification de l'approvisionnement d'énergies renouvelables : lancement sur le marché du biométhane;
- **2020** : Ilek s'insère dans le programme French Tech 120 et devient le premier fournisseur d'énergie renouvelable français à obtenir le label B Corp (certification rare accordée à des sociétés commerciales satisfaisant les critères environnementaux).

Histoire :

À Toulouse dans un incubateur d'entreprises, les cofondateurs d'Ilek, Julien CHARDON et Rémy COMPANYYO se rencontrent. Tous les deux, transportés par l'entrepreneuriat, admettent un bilan sur lequel ces deux-ci pourraient agir en conséquence : le manque d'équilibre sur le marché de l'énergie. Puisque en effet, leur objectif serait de rendre l'énergie renouvelable accessible à tous et en toute transparence. Grâce à leur qualification et pour conclure leurs idées, ils décident de fonder en 2015 IleK, une plateforme qui permettra de mettre en lien direct les producteurs avec les consommateurs de manière réactive et durable.

La même année, l'entreprise réalise un juste chiffre d'affaires de 5 200€. Puis en 2019, elle effectue une levée de fonds de 6 millions d'euros auprès des investisseurs Alter Equity, Kima Ventures et Sorepar afin d'être plus éligible à collaborer avec d'autres entreprises du domaine.

L'organisation s'est vu se développer à une vitesse remarquable, atteignant un chiffre d'affaires avoisinant les 55 millions d'euros actuellement.

Modèles économiques :

Le modèle économique correspond à la manière qu'utilise l'entreprise pour générer de la rentabilité, notamment caractérisée par une croissance et une internationalisation de celle-ci.

L'achat-revente :

Contrairement aux fournisseurs historiques du pays, IleK se procure de l'énergie verte auprès de 40 producteurs partenaires en France rémunérés au juste prix, ainsi que leur garantie d'origine afin de revendre cette énergie à une clientèle ambitieuse de changement, pour un tarif plus compétitif que la concurrence.

La différence se réalise donc de cette création de valeur entre le prix acheté et le prix vendu.

Le B2C (Business to Consumer) :

La petite société utilise également la stratégie du "B2C" ou "Business to Consumer", ciblant des clients particuliers étant les consommateurs finaux de l'entreprise. IleK réalise donc son activité en ligne et vend ainsi des produits directement à des particuliers, d'où sa politique de "customer first" traduite, notamment dans la composition de l'équipe, à 55% au service client et 20% sur le marketing et la communication ; le reste étant dédié au développement du site et à l'énergie.

Chaîne de valeur :

La chaîne de valeur d'une entreprise correspond à l'ensemble des activités au sein d'une société qui génèrent ou qui, au contraire, détruisent de la valeur.

Activités principales :

- L'approvisionnement :
 - L'entreprise garantit et réalise son approvisionnement en énergie verte/renouvelable autour de producteurs locaux, pour des clients désireux de changement ainsi que toute la facturation.
- La fabrication / production:
 - La fabrication de ces produits n'est pas réalisée par IleK car c'est dans le rôle des producteurs locaux d'électricité verte et de gaz vert;
 - Pour réaliser ces productions d'énergie et respecter les normes, les producteurs utilisent des parcs éoliens, des champs de panneaux solaires, des centrales hydroélectriques ou encore des fermes de biogaz.
- La commercialisation :
 - Les installations des producteurs ne comprennent aucun stockage d'énergie mais elles re-distribuent en revanche le surplus sur le réseau public.
- La vente et le marketing :
 - IleK propose à ses clients de parrainer leurs proches et connaissances pour gagner des kWh qui peuvent être utilisés pour les déduire de leurs factures par exemple. Il s'agit d'un gain de 100 kWh pour le parrain et le filleul à chaque personne parrainée;
 - Le fournisseur met en avant sur les réseaux sociaux les producteurs d'énergie renouvelable afin de les rendre plus accessibles pour ses clients et d'attirer une plus grande part de nouveaux clients.
- Les services / offres :
 - IleK est gratuit et sans frais d'entrée lorsqu'un client s'engage dans l'entreprise. Par ailleurs, les contrats sont également sans engagement;

- Pour conserver des prix concurrentiels, l'organisation a choisi d'investir dans la technologie et de travailler avec des entreprises ayant une approche équivalente.

Activités de soutien :

- Les infrastructures :
 - Les clients peuvent contacter le SAV d'Ilek pour des informations relatives sur le compte, le contrat, le compteur ou encore faire une réclamation et bien d'autres encore.
- Les ressources humaines :
 - Pour assurer la gestion du personnel et de sa coordination, IleK possède à ce compte :
 - Des *content & community manager* (contenu & communauté);
 - Des *social media manager* (réseaux sociaux);
 - Des *digital acquisition manager* (acquisition numérique);
 - Des *customer care manager* (service clientèle);
 - Des *account manager* (gestionnaire);
 - Des *product manager back office* (produit back office).
- La recherche et le développement :
 - Dans IleK, la recherche de producteurs se réalise par des *business developers*. La recherche de nouveaux produits est en revanche difficile pour l'équipe. Prochainement, la petite entreprise devrait trouver des producteurs d'énergie verte utilisant des centrales géothermiques;
 - Enfin, pour des personnes possédant des capacités d'innovation, IleK propose et possède des développeurs frontend et backend ainsi que des *software engineer* (ingénieur logiciel).
- Les achats :
 - IleK achète de l'énergie verte ainsi que leur garantie auprès de producteurs partenaires en France dans le but de la revendre.

Environnement concurrentiel :

Ilek dispose de forces ainsi que de faiblesses comme la plupart des entreprises concurrentes. Malgré les avantages ou les offres que propose l'entreprise, elle n'est pourtant pas la seule et unique entreprise à se situer dans le domaine et à proposer des produits ressemblants.

Forces :

Ilek est le seul fournisseur local d'électricité verte à proposer cette mise en rapport avec des fabricants d'énergies renouvelables. Le futur consommateur peut alors choisir le producteur français de son choix ainsi que son énergie 100% propre qu'il souhaite adopter sans coût additionnel. L'entreprise réalise une réduction de 25% de la production de CO2.

Pour des renseignements quelconques, le client bénéficie à la fois d'un suivi de sa consommation en ligne ainsi que d'un service client téléphonique français.

Faiblesses :

La société toulousaine commence à se faire une renommée mais elle reste une entreprise assez mineure malgré son soutien actif pour la transition écologique. Ilek reste relativement assez éloigné de son objectif notamment dû à une forte concurrence et à une indépendance du pays sur le secteur nucléaire.

Enfin, l'offre combinée électricité plus gaz d'Ilek possède un tarif relativement élevé et donc pas adapté à tous les budgets malgré son annonce de prix concurrents.

Concurrence :

Il existe des start-ups ainsi que des entreprises historiques françaises spécialisées dans le même domaine qu'Ilek et/ou proposant des produits similaires en adoptant un mode de fonctionnement proche de l'entreprise toulousaine.

Exemple :

- *Ekwateur* est un distributeur français indépendant d'énergies renouvelables proposant des énergies à base de gaz, de bois de chauffage ainsi que de l'électricité verte;
- *Hydronext* est un fournisseur alternatif français et acheteur de productions électriques répartie sur plus de 300 sites en France;
- *Hydroption* est un fournisseur toulonnais d'électricité verte produite en France dont la commercialisation se réalise auprès de consommateurs PME/PMI.

Mais aussi :

- *ENGIE*, troisième plus grand acteur et groupe industriel mondial de l'énergie;
- *EDF*, Premier producteur et fournisseur d'électricité et de gaz en France et en Europe.

Enjeux :

Une entreprise ne se repose jamais sur ses acquis dû à l'évolution du marché et de ses probables concurrents. C'est une organisation en mouvement permanent qui s'adapte à l'environnement et aux nouveautés d'aujourd'hui. Ainsi, pour trouver des marchés inexplorés ou peu explorés, combler le plaisir des clients et apporter un service qualificatif dans les plus brefs délais, la structure saisit des opportunités qui lui sont offertes avec une présence continue de menaces diverses.

Enjeux politiques :

- Opportunités :
 - Une partie des discussions réalisées par des politiciens s'orientent vers la décision que les objectifs des politiques des énergies renouvelables soient atteints.
- Menaces :
 - La rétraction des mesures politiques, autrement dit la réglementation, peut entièrement détruire le marché de l'énergie renouvelable.

Enjeux économiques :

- Opportunités :
 - La transition écologique est un secteur en progression pour lequel des opportunités d'emploi apparaissent fortement.
- Menaces :
 - Un risque de non-respect des ambitions et objectifs de l'entreprise éventuellement due à une faible clientèle;
 - Les énergies renouvelables ne bénéficient pas à une économie en croissance dont les productions et les flux doivent être équilibrés et certains.

Enjeux socioculturels :

- Opportunités :
 - Des ONG sur les enjeux de l'énergie, des personnalités fortes autour du climat comme Nicolas Hulot ou Greta Thunberg ou encore la crise du Covid-19 en 2020 ont amené à une prise de conscience importante sur la transition écologique.

- Menaces :
 - Des menaces de manifestations, de grèves ou de mécontentement sont à envisager pour des arguments comme :
 - Depuis une cinquantaine d'années, on évoquait le terme de "transition" sans aucun détonateur et dont la majorité des mesures étaient souvent reportées;
 - La transition écologique ne se resserre pas uniquement à la transition énergétique puisqu'elle est également industrielle, écologique et surtout sociale.

Enjeux technologiques :

- Opportunités :
 - Pour les producteurs locaux fiers de respecter l'environnement mais qui, pour certains, se sentaient délaissés et ne comptaient que sur leurs fidèles clients, Ileak a saisi l'opportunité d'une transition numérique afin de procéder à une visibilité plus raisonnable envers ces producteurs mais également de pouvoir exposer ses propositions des producteurs français. Enfin, cette transition numérique permet aux entreprises de faciliter la communication et de devenir plus compétitives.
- Menaces :
 - Toutefois, d'éventuels risques de sécurité au sein du site peuvent apparaître : il est nécessaire d'être en accord avec les enjeux de sécurisation en prenant en compte les contraintes d'architecture des banques de données.

Enjeux écologiques :

- Opportunités :
 - La transition énergétique correspond à l'idée d'une diminution de la part d'énergies polluantes et d'une augmentation de celles du renouvelable.
L'implantation de nouveaux projets renouvelables est la porte vers un nouveau modèle énergétique;
 - L'ambition carbone car la mission ambitieuse de la structure est de diminuer l'empreinte carbone de tous les français avec un objectif de 1 milliard de kg de CO2 économisés.
- Menaces :
 - L'impact visuel sur le paysage généré par les barrages hydroélectriques pour la faune puisqu'ils peuvent inonder des vallées entières mais aussi les éoliennes augmentant la présence de lignes à haute tension.

- La disposition des énergies renouvelables dépend du climat. Par exemple, lors de périodes anticycloniques, il n'y a pas de vent ; quand le ciel est nuageux, le rayonnement solaire est amoindri. Paradoxalement, l'Etat dit "assurer" les fournitures d'énergie.

Enjeux légaux :

- Opportunités :
 - Les énergies renouvelables devront représenter en 2030, -40% de la production d'électricité et -10% de la consommation de gaz d'après la loi. La société en a saisi l'opportunité de faire changer les choses progressivement et plus aisément.
- Menaces :
 - L'entreprise doit identifier les réglementations auxquelles elle est soumise telles que le partage et la confidentialité des données des utilisateurs ainsi que les contraintes potentielles qu'elle peut générer et qui ne peuvent pas être respectées.

3) ADAGOS :

Tableau récapitulatif :

Entreprise	Adagos
Domaine d'activité	Recherche et développement dans l'IA <u>parcimonieuse</u> et collaboration avec d'autres entreprises.
Date de création et Fondateurs	Fondé en 2011 par Mohamed MASMOUDI
Lieu	IMT (Institut de Mathématique de Toulouse) - Toulouse
PDG	Mohamed MASMOUDI
Taille	Petite entreprise (12 employés) - Startup
Domaine GreenTech	Numérique durable

Histoire :

Mohamed Masmoudi, professeur de Mathématiques appliquées à l'Université Toulousaine Paul Sabatier, contribua à plusieurs reprises par le passé à la recherche et au développement de techniques d'optimisation topologique (étude mathématique des propriétés d'objets géométriques). Il participa ainsi à l'élaboration de réseaux neuronaux de "Deep Learning" parcimonieux. C'est-à-dire des intelligences artificielles économes puisqu'elles nécessitent beaucoup moins de ressources pour apprendre, ces dernières étant triées avant d'être traitées.

M. Masmoudi développa son idée afin de proposer des réseaux neuronaux parcimonieux pouvant résoudre de manière plus rapide et efficace, des problèmes vastes tout en utilisant beaucoup moins de ressources. Il fonda ainsi en 2011 sa propre entreprise appelée Adagos, constituée de Docteurs en Mathématiques et de développeurs avec lesquels il développa à but lucratif le logiciel NeurEco permettant la modélisation de réseaux neuronaux utilisant les techniques d'optimisations parcimonieuses.

NeurEco :

Le logiciel NeurEco permet la modélisation de réseaux neuronaux parcimonieux et très puissant de manière simple et intuitive. Innovant, il est la principale source de revenu de l'entreprise Adagos. Celui-ci peut-être et a déjà été utilisé dans un grand nombre de domaines dont voici quelques exemples.

- Les systèmes embarqués pour :
 - La prédiction de données pour la surface de routes;
 - Le contrôle en temps réel de certains composants de véhicules;
 - Le développement d'Intelligences Artificielles pour voitures autonomes;
 - Le développement de robots industriels plus précis.
- Les jumeaux virtuels pour :
 - La modélisation de pièces mécaniques.(modélisation intelligente);
 - La modélisation de réseaux de gaz;
 - La modélisation de réseaux d'antennes relais;
 - Le déploiement des trains d'atterrissages d'avions.
- L'ingénierie pour :
 - La simulation météorologiques;
 - La simulation de systèmes de refroidissement pour réacteurs nucléaires;
 - La prédiction de flux neutroniques.
- La prise de décision pour :
 - La distribution de gaz;
 - La prédiction de données pour la production d'éoliennes;
 - Le rendu d'images satellites;
 - Ou encore, le management de l'approvisionnement de chaînes industrielles.

Avec ce logiciel, projet innovant et durable car éco-responsable, l'entreprise s'engage pour un monde lui aussi durable et une écologie plus verte.

Modèles économiques :

Le modèle économique d'une entreprise est la manière dont celle-ci génère sa rentabilité. C'est une description des moyens de tirer des revenus d'une activité.

La production en propre :

Adagos conçoit son propre logiciel de modélisation de réseaux neuronaux parcimonieux, écologique et économique, il s'agit de sa première source de revenu. L'entreprise travaille également en collaboration avec d'autres organisations afin de leur délivrer des outils métiers adaptés et puissants.

L'innovation permanente :

L'entreprise propose un logiciel innovant en tout point. A la fois intuitif et simple de prise en main, mais également plus rapide, efficace et surtout écologique. En effet, contrairement à des réseaux neuronaux classiques qui réaliseraient de grosses tâches sur plusieurs mois, ceux produits par NeurEco diminuent de plusieurs ordres de grandeur les ressources nécessaires au principe de "Deep Learning", diminuant ainsi le temps de travail à seulement quelques semaines. Le logiciel utilisant beaucoup moins de neurones, il propose une transparence totale des données, c'est-à-dire la possibilité de comprendre et d'interpréter ces dernières. On parle d'Intelligences Artificielles maîtrisables.

Le business to business :

L'entreprise propose également de collaborer avec d'autres organisations dans la réalisation d'un système de réseau neuronal propre à leurs domaines d'activités, comme ce fut déjà le cas avec la société Framatome, leader international de l'énergie nucléaire.

Chaîne de valeur :

La chaîne de valeur d'une entreprise permet de distinguer les activités qui génèrent de la valeur et celles qui en détruisent.

Activités principales :

- La fabrication/production :
 - L'entreprise est constituée de 12 collaborateurs dont 2 développeurs et 2 managers travaillant au développement du logiciel NeurEco ainsi que des outils métiers proposés aux entreprises collaboratrices.
- La commercialisation :
 - Pour vendre son produit, Adagos propose l'achat d'une licence NeurEco à moitié prix pour la première année de lancement, de sorte à stimuler son démarrage;
 - Elle propose également une version d'essai gratuite ("Trial") de 3 mois.
- La vente et le marketing :
 - Adagos est régulièrement active sur les réseaux sociaux mais aussi à certaines conférences portant sur la technologie et l'écologie;
 - Elle ne mène pas de campagne publicitaire mais elle a déjà été promue dans des magazines et des journaux télévisés;
 - Son principal revenu vient de la vente de son logiciel NeurEco sous différentes licences (Tabular ou Dynamic) entre 3000€ et 7000€ par an.
- Les services :
 - Afin de maintenir sa valeur, l'entreprise propose certaines offres comme diviser par deux le prix de son logiciel pour les entreprises de moins de 10 salariés.

Activités de soutien :

- Les infrastructures :
 - Adagos étant encore une start-up, elle n'est que très simplement structurée, composée de chercheurs, développeurs et managers;
 - Il est possible de la contacter pour collaborer avec elle ou simplement pour accéder à plus d'informations.

- Les ressources humaines :
 - Pour gérer ses projets et son fonctionnement, l'entreprise est supervisée par deux managers dont 1 project manager et 1 product manager.
- La recherche et le développement :
 - Adagos étant avant tout une entreprise de recherche, elle est composée majoritairement de scientifiques dont 7 docteurs en mathématiques appliquées et 4 ingénieurs, mais aussi 2 développeurs pour le développement de leurs projets.

L'entreprise ne réalise que très peu de dépenses, la majorité allant dans le salaire des employés. Elle propose plusieurs offres dont certaines en fonction de ses clients, ce qui en fait un service attractif. Ses principaux revenus proviennent donc de la vente de plusieurs licences pour son logiciel NeurEco et de la coopération avec d'autres entreprises. Innovante et durable, elle promet un chiffre d'affaires croissant.

Environnement concurrentiel :

Comme toute entreprise, Adagos possède des forces mais aussi des faiblesses majoritairement liées à la concurrence. Car en effet, bien qu'elle propose un produit technologiquement puissant, elle n'est pas la seule entreprise à innover dans le domaine de l'Intelligence Artificielle.

Forces :

Il s'agit d'une entreprise éco-responsable aux projets durables et innovants. Elle propose par ailleurs un produit qui se démarque de la concurrence, un logiciel :

- Innovant dans le domaine de l'IA;
- Proposant une grosse capacité de prédiction;
- Proposant des réponses robustes et efficaces, même avec peu de valeur;
- Proposant la modélisation avancée de réseaux neuronaux;
- Nécessitant beaucoup moins de ressources.

Faiblesses :

Cependant, il s'agit encore d'une petite start-up comptant moins d'une quinzaine d'employés et ayant du mal à recruter, les postes disponibles demandant pour la majorité un très grand niveau de qualification. De plus, même si elle a déjà été promue à différentes reprises, en collaborant également avec d'autres grandes entreprises, Adagos n'est pas encore suffisamment connue nationalement et encore moins internationalement. La concurrence lui fait donc beaucoup d'ombre pour son développement.

Concurrence :

À l'échelle nationale :

Il existe différentes organisations en France également spécialisées dans la recherche sur l'IA.

Exemple :

- *Lumio Médical* est une entreprise mettant au point une Intelligence Artificielle permettant de vérifier des prescriptions médicales afin d'éviter les accidents médicamenteux;
- *BlueCargo* propose une IA permettant d'optimiser les opérations dans les ports commerciaux, comme le chargement de conteneurs sur des Cargos. L'entreprise est déjà reconnue internationalement;
- *Iktos* développant une IA permettant d'accélérer la recherche de nouvelles molécules et de les modéliser, ce qui trouve principalement sont utilisés pour les laboratoires pharmaceutiques.

À l'échelle internationale :

Il existe un grand nombre d'autres organisations dans le monde, proposant la puissance des Intelligences Artificielles pour la réalisation de tâches complexes dans de nombreux domaines.

Exemple :

- *Graphcore* est une entreprise britannique mettant au point un processeur dédié à l'IA et réduisant grandement le temps nécessaires aux calculs des tâches de cette dernière;
- *Viz.ai* est une organisation américaine (Etats-Unis), proposant une IA analysant la tomographie de patients médicaux et organisant toutes les infrastructures et le personnel nécessaires à leur traitement dans l'urgence;
- *Nvidia* est une géante entreprise également américaine et spécialisée dans la conception de composants pour ordinateurs. Elle s'est aussi diversifiée dans l'IA et elle en propose d'ailleurs une, GauGAN, permettant de convertir une simple description textuelle voir même un croquis en une image photoréaliste.

Enjeux :

Pour se développer, l'entreprise a su prendre en compte les bonnes opportunités qui se présentaient à elle.

- Les opportunités politiques :
 - La politique française souhaitant s'adapter pour un développement durable, les entreprises éco-responsables comme Adagos sont fortement favorisées.
- Les opportunités économiques :
 - Adagos s'engage pour une économie plus verte en proposant un produit aux très grandes capacités d'optimisation et donc très économe en ressources. Le logiciel demande moins de données, donc moins de ressources énergétiques et donc moins de ressources économiques.
- Les opportunités socioculturels :
 - Avec NeurEco, l'entreprise toulousaine permet à la fois aux autres organisations de réduire leur empreinte carbone et d'augmenter leur efficacité, mais aussi aux petites et aux moyennes entreprises, d'utiliser l'IA bien plus facilement et de plus en plus indispensablement pour éviter les erreurs humaines (comme dans le domaine du nucléaire).
- Les opportunités technologiques :
 - Le logiciel NeurEco peut être perçu comme une innovation voire une révolution technologique concernant l'Intelligence Artificielle, en proposant une IA bien plus légère et donc portable, pouvant être utilisée sur pratiquement n'importe quel support et dans n'importe quel domaine de manière simple et efficace.
- Les opportunités écologiques :
 - Le produit proposé par Adagos étant bien plus économe en ressource, il demande beaucoup moins d'énergie, ce qui en fait un logiciel écologique. L'entreprise contribue donc à une transition vers les énergies renouvelables pour le numérique durable.

4) Comparatif des stratégies des entreprises :

Ilek et Adagos sont toutes deux des entreprises GreenTech en développement. Elles possèdent chacune une stratégie assez différente l'une de l'autre mais qui est tout de même à l'origine de leur croissance et leurs succès.

Stratégie de l'entreprise Ilek :

Ilek repose sur une stratégie BUSINESS séparée par des stratégies de métiers sur chaque DAS (Domaine d'Activité Stratégique).

Stratégie de coût :

Ilek emploie une domination par les coûts pour pratiquer des prix inférieurs à la concurrence. En possédant des producteurs écolo et locaux, la société minimise les coûts d'approvisionnement mais également de distribution car l'Etat joue un rôle clé de régulation.

Stratégie de différenciation :

La différenciation crée un avantage perçu comme unique par le client. Ainsi, Ilek utilise une stratégie de différenciation de rupture car l'entreprise essaye de réaliser une domination par les coûts en proposant une nouvelle fois des prix concurrentiels.

Focalisation :

L'organisation est actuellement sur une stratégie de créneau puisqu'elle est non seulement commune aux PME, mais l'entreprise toulousaine connaît les délimitations de son domaine, ses produits, sa zone géographique ainsi que la clientèle ciblée.

Exemples de moyens de mise en oeuvre des stratégies (croissance externe) :

La politique de mise en oeuvre par Ilek est axée sur une croissance externe puisque la société toulousaine ne fabrique pas d'elle-même l'électricité verte : elle rachète la production d'électricité auprès des producteurs français qui est revendue et proposée à ses clients. Elle effectue ainsi des collaborations avec des producteurs locaux en manque de visibilité et dans le cadre de l'écologie.

Cohérence d'ensemble d'Ilek :

L'entreprise choisie est prénommée Ilek et correspond à la demande du contexte de ce site, car figurant parmi les organisations proposées sur le site *GreenTech Innovation* et située en occitanie avec pour domaine GreenTech les énergies renouvelables.

Stratégie de l'entreprise Adagos :

Adagos repose sur une stratégie CORPORATE déterminant et encadrant ses activités.

Stratégie de niche (spécialisation) :

L'entreprise étant spécialisée dans l'Intelligence Artificielle et l'optimisation des données, développe une gamme de produits ainsi que de possibles services collaboratifs pour une clientèle particulière et non pas pour un marché de masse déjà occupé par la concurrence.

L'intégration :

L'organisation est ouverte à la collaboration avec d'autres entreprises spécialisées dans d'autres domaines. Cependant, elle n'intègre pas directement de nouveaux domaines d'activité, elle ne fait qu'adapter le sien, l'IA, à ces derniers.

Croissance interne :

L'entreprise se développe d'elle-même par la mobilisation de ses ressources internes, c'est-à-dire, son savoir-faire, ses compétences ou ses ressources économiques, ce qui en fait une entreprise indépendante, mais limitée pour se lancer sur de nouveaux marchés.

Stratégie technologique :

Adagos introduit son logiciel NeurEco dans le domaine de l'Intelligence Artificielle, un produit innovant voire révolutionnaire pouvant potentiellement entraîner une rupture rendant les produits de ses la concurrence obsolètes à l'avenir. Ce développement qualitatif de l'entreprise est en plus relayé par la communication via les réseaux sociaux, lors de conférences et même sur des journaux écrits ou télévisés.

Cohérence s'ensemble d'Adagos :

L'entreprise choisie est prénommée Adagos et correspond à la demande du contexte de ce site, car figurant parmi les organisations proposées sur le site *GreenTech Innovation* et située en occitanie avec pour domaine GreenTech le numérique durable.

Conclusion :

Ilek se démarque principalement de la concurrence en proposant des prix et des offres aux coûts moins élevés. Bien que l'entreprise ne produise pas elle-même, elle se fournit auprès de producteurs d'énergie écolos et locaux et se focalise sur un périmètre précis au niveau géographique, du domaine, des produits, et de la clientèle ciblée.

Ilek se développe en croissance externe, en partie par le biais de ressources externes à l'entreprise, fabriquées par d'autres producteurs et entreprises en partenariat; à la différence d'Adagos qui se développe en croissance interne au moyen de ses propres ressources et de son savoir-faire. L'entreprise est ainsi devenue complètement indépendante mais tout de même limitée dans sa diversification.

Adagos s'est spécialisée dans le domaine de l'Intelligence Artificielle pour des clients particuliers. La start-up s'est ouverte à la réalisation de partenariats avec d'autres entreprises tout en proposant des produits hauts de gamme, révolutionnaire et innovants dans le domaine.

5) À propos :

Contexte :

Ce site a été réalisé dans le cadre d'une SAÉ (Système d'Apprentissage et d'Évaluation) réalisée à l'IUT de Blagnac (Département de la Haute-Garonne - France).

Cette SAÉ consistait à concevoir un site web établissant principalement le comparatif des stratégies élaborées par des entreprises greenTech de la région Occitanie, afin de clarifier leur positionnement économique et écologique.

Pourquoi ce thème ?

Le numérique représente aujourd'hui 4% des émissions mondiales de gaz à effets de serre. Il s'agit en plus, d'un secteur loin d'être dématérialisé, puisqu'en effet, il est très consommateur en ressources notamment énergétiques, ce qui nuit grandement à l'environnement social et écologique.

Contributeurs du sites :

Mickaël FERNANDEZ

Tilian HURÉ

→ *Voir les sources dans la sitographie.*

6) Conception du site :

Objectif :

Le site a été réalisé dans le cadre d'une SAÉ (Système d'Apprentissage et d'Évaluation) dirigée à l'IUT de Blagnac.

Cette SAÉ consistait à concevoir un site web établissant principalement le comparatif des stratégies élaborées par des entreprises greenTech de la région Occitanie, afin de clarifier leur positionnement économique et écologique.

Cibles et profil des utilisateurs :

Le site ne vise pas un type d'utilisateur en particulier, il se doit d'être tout public et donc rédigé de manière convenable et compréhensible par tous.

Structure :

Structure du site :

- Page d'accueil : Accueil et présentation brève du site (liens vers la page "à propos"), présentation de la GreenTech (exemples de domaines GreenTech) et bouton vers la page du comparatif des stratégies des organisations;
- Page organisation #1 (Ilek) : Données de l'entreprise Ilek.
 - *Histoire de l'organisation;*
 - *Etude des modèles économiques;*
 - *Etude chaîne de valeur;*
 - *Etude environnement concurrentiel;*
 - *Enjeux;*
- Page organisation #2 (Adagos) : Données de l'entreprise Adagos.
 - *Histoire de l'organisation;*
 - *Etude des modèles économiques;*
 - *Etude chaîne de valeur;*
 - *Etude environnement concurrentiel;*
 - *Enjeux;*
- Comparatif de stratégie entre les deux organisations : Comparatif structuré de la stratégie des deux organisations.
 - *Introduction;*
 - *Comparatif;*
 - *Conclusion.*

- À propos : Présentation du site, son utilité, son contexte (SAE 1.06), ses concepteurs , et éventuellement les sources.
 - *Contexte*;
 - *Contributeurs*;
 - *Sitographie*.
- Page des mentions légales : Mentions légales du site.

Contenu :

- En-tête sur chaque page (liens vers Accueil, IleK, Adagos, Comparatif stratégies et À propos);
- 5 Pages (Accueil, IleK, Adagos, Comparatif Stratégies et À propos);
- Page des mentions légales;
- Pied de page sur chaque page, sauf celle des mentions légales (Contact, Créateurs du site, liens vers mentions légales et logo IUT+Occitanie).

Recommandations ergonomiques :

Ordre d'exigence :

Persuasif < Agréable < Intuitif < Accessible < Fonctionnel

Recommandations ergonomiques :

- Indiquer où l'utilisateur se trouve sur le site;
- Retour à l'accueil possible depuis chaque page;
- Liens (et référants de page) explicites;
- Icônes et vocabulaire simples et explicites;
- *Responsivité* (le site doit s'adapter en fonction du support);
- Légèreté (pages légères et rapides).

Site éco-responsable :

Le site devra être léger, rapide et respecter plusieurs contraintes afin d'être le plus éco-responsable possible (libérer le moins de carbone possible).

Charte graphique :

Disposition :

De préférence, la majorité du contenu du site sera centré sur la page, à la fois dans un but esthétique et ergonomique, mais aussi pour simplifier son adaptation à la résolution de l'écran du support.

Texte :

La police utilisée est nommée *Corbel*. Native à la majorité des Systèmes d'Exploitation, elle est facilement utilisable sans avoir à être téléchargée. Tous les paragraphes de texte devront être alignés et justifiés. Un style pourra être défini pour les différentes balises textuelles comme les titres h1, h2 ou encore les paragraphes p.

Images et icônes :

Les images et les icônes utilisées par le site devront être légères et déjà rognées afin d'économiser de l'espace de stockage et des lignes de code.

Couleurs :

La palettes de couleurs du site est principalement composée de trois verts :

- Un vert très foncé utilisé principalement pour le *header* et le *footer* des pages;
- Un vert plus clair pour les titres secondaires (h2) et des boutons;
- Un vert très proche du jaune utilisé majoritairement pour les liens (a).

Le site utilisera également des couleurs classiques comme le blanc, le noir et autres nuances de gris.



Palette de couleur du site.