

EDHEC – CAS ENTREPRENEURIAT

Étude de cas : MERCI INTERNET

PRÉSENTATION DU CONTEXTE

Crée par un jeune entrepreneur passionné d'Internet et d'expérience client, MERCI INTERNET est un tiers-lieu immersif situé à Paris. Le concept est simple, mais disruptif : permettre à chacun de vivre dans la vraie vie les jeux et formats qui cartonnent sur Internet.

Dans un marché du loisir indoor en forte croissance mais peu renouvelé — dominé par des offres classiques comme les escape games, les quiz rooms ou les action games — MERCI INTERNET apporte une offre inédite, à la croisée de l'entertainment digital, de la gamification et de la scénarisation immersive.

Depuis son ouverture, l'engouement est réel : la viralité organique sur les réseaux, les premiers retours clients et les mentions presse confirment l'intérêt d'un nouveau format de loisirs plus connecté, plus participatif, plus social.

Aujourd'hui, MERCI INTERNET cherche à accélérer son développement grâce à :

- une acquisition client performante et scalable,
- des partenariats stratégiques,
- une stratégie de communication de nouvelle génération.

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Nom : MERCI INTERNET

Secteur : Loisir immersif / Entertainment physique

Localisation : Paris

Date de création : 2024

Concept : Un lieu physique où l'on vit les concepts les plus populaires d'Internet (inspirés de YouTube, Twitch, TikTok), dans des décors immersifs avec un game design sur-mesure.

Format : Sessions de jeux immersifs par groupe de 4 à 8 personnes, d'une durée de 1h à 2h.

ÉTAT ACTUEL

- Traction organique forte : +1M de vues cumulées via TikTok & reposts médias (Korbini, Guide Ultime...)
- Premiers partenariats média et influence
- Modèle économique sain : ticket moyen élevé, marges intéressantes
- Objectif : scaler rapidement l'acquisition et ouvrir de nouveaux lieux

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Vous êtes une équipe de consultants junior en stratégie marketing.

Votre mission : accompagner MERCI INTERNET dans son développement.

Lors du TD1, vous effectuerez des recherches pour présenter les créateurs, leurs parcours et compétences, leurs modèles sociaux et parentaux et le processus de création.

Lors du TD2, vous présenterez la structure juridique, les fonctions, l'écosystème, les financements et les aides sollicitées pour la création, le développement de cette structure, ses données financières, son pivot, ses erreurs, adaptations et changements (s'il y a) et leur éventuelle démarche RSE.

Lors du TD3, vous présenterez votre travail à l'oral à l'aide d'un support.

PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE DE CAS

En parallèle des premiers TDs et après avoir réalisé une étude de marché, vous proposerez une stratégie d'acquisition prenant en compte le marketing digital (growth, retargeting, UGC, ads, partenariats, CRM...), les partenariats écoles, les partenariats avec les marques et le marketing d'influence et RP adapté à un lieu physique comme MERCI INTERNET.

Vous pourrez suivre le plan suivant :

1. Analyse du marché du loisir immersif & digital (acteurs et concepts, analyse des prix, cibles, barrières à l'entrée...)
2. Quelles sont les tendances marketing actuelles ? (TikTokisation, hybridation online/offline...)
3. Définition de l'ensemble des personaes cibles (B2B et B2C)
4. Quelle stratégie pour favoriser la récurrence ?

Vous finirez par produire un avis sur la pertinence du concept, et sa duplication en France et à l'international, et sous quelle forme (en propre ou en franchise).

Cette étude de cas fera l'objet d'un rendu de dossier pour le TD6.

CONTACT & INFOS COMPLÉMENTAIRES

Tom LOTHaire – Fondateur de MERCI INTERNET Paris

contact@merciinternet.fr

Instagram : @merciinternet