

Etude de cas

MODULE - CULTURE DE L'IA (EN COURS)



INTRODUCTION



LUMINA AI, C'EST QUI ?

Fondée en 2018 par deux ingénieurs issus de Polytechnique et une ancienne directrice marketing de Publicis, **Lumina AI** est une jeune entreprise française qui s'est donné une mission claire : **rendre l'intelligence artificielle accessible, éthique et européenne.**

Sa promesse est simple mais ambitieuse : concevoir des IA utiles, personnalisables et compréhensibles par tous, sans dépendance technologique vis-à-vis des géants américains ou chinois.

L'entreprise a développé un moteur propriétaire baptisé **LumaCore**, une technologie capable d'apprendre et de s'adapter au langage, au ton et à la culture d'une organisation. Ses produits sont variés :

- **LumaChat**, un assistant conversationnel intelligent utilisé pour la relation client et la formation interne.
- **LumaLearn**, une plateforme éducative d'IA générative pour les établissements d'enseignement supérieur.
- **LumaVoice**, une IA vocale émotionnelle, concurrente directe des outils vocaux de ChatGPT.

Leur ambition n'est pas de créer la machine la plus puissante, mais **la plus responsable.**

INTRODUCTION

UN BUSINESS MODEL ANCRÉ DANS LA CONFIANCE

Lumina AI repose sur un modèle **B2B SaaS** : elle propose à ses clients des abonnements mensuels donnant accès à des outils no-code de création d'IA.

Les entreprises peuvent y concevoir leurs propres assistants sur mesure, tout en conservant la maîtrise totale de leurs données.

En 2024, Lumina AI compte **plus de 450 clients actifs** à travers l'Europe, parmi lesquels **Decathlon, HEC Paris** ou encore **BNP Paribas**.

Sa croissance, soutenue par une politique de contenu pédagogique et une communication LinkedIn très active, atteint +46 % par an.

La marque s'adresse principalement aux entreprises, mais revendique une vision profondément humaniste :

“Une IA qui pense comme vous, pas à votre place.”



INTRODUCTION



UNE IDENTITÉ DE MARQUE CLAIRE ET HUMANISTE

Loin des discours futuristes et anxiogènes, Lumina AI prône une approche **lumineuse et apaisée** de la technologie.

Son univers visuel s'articule autour de tons clairs (blanc, bleu, doré) et de visages humains mis en valeur, reflet d'une IA empathique et transparente.

Son slogan — *“L'intelligence artificielle, à visage humain”* — traduit son positionnement : entre performance technologique et proximité émotionnelle.

La marque s'adresse à une Europe qui veut reprendre la main sur ses outils numériques. Elle parle de souveraineté, de confiance et de pédagogie, des valeurs qui la distinguent dans un secteur dominé par les GAFAM.

UN MARCHÉ EN PLEINE MUTATION

Le marché mondial de l'intelligence artificielle a franchi les **200 milliards de dollars en 2025**.

Il est aujourd'hui dominé par des acteurs américains comme OpenAI, Google ou Anthropic, et par des géants chinois tels que Baidu ou Tencent.

L'Europe, plus prudente, avance avec un cadre réglementaire exigeant (AI Act), et cherche à développer **une IA souveraine, éthique et locale**.

Cette spécificité européenne ouvre de nouvelles opportunités : les entreprises recherchent des solutions capables d'intégrer les exigences du RGPD, de garantir la traçabilité des données et d'assurer la compréhension des modèles utilisés.

Le marché se segmente donc autour de nouvelles attentes : la **transparence, la protection des données, et la proximité culturelle**.

C'est dans ce créneau que Lumina AI se positionne, à mi-chemin entre performance et confiance.



LA CONCURRENCE

LA CONCURRENCE



Face à Lumina AI, la concurrence est à la fois puissante et diverse.

D'un côté, les géants internationaux (OpenAI, Microsoft, Google) imposent leur rythme et leur image de marque mondiale.

De l'autre, des start-ups françaises comme **Mistral AI** ou **Hugging Face** se positionnent sur le terrain de l'innovation open source et de la recherche collaborative.

Lumina AI a choisi une voie intermédiaire : celle de la **pédagogie appliquée à la technologie**.

Là où ses concurrents communiquent sur la puissance de leurs modèles, Lumina mise sur la compréhension, la confiance et la maîtrise.

Ses principaux atouts résident dans sa clarté de ton, sa proximité avec ses utilisateurs et sa conformité aux exigences européennes.

Sa principale faiblesse reste son manque de notoriété face aux mastodontes de la Silicon Valley.

CHIFFRES

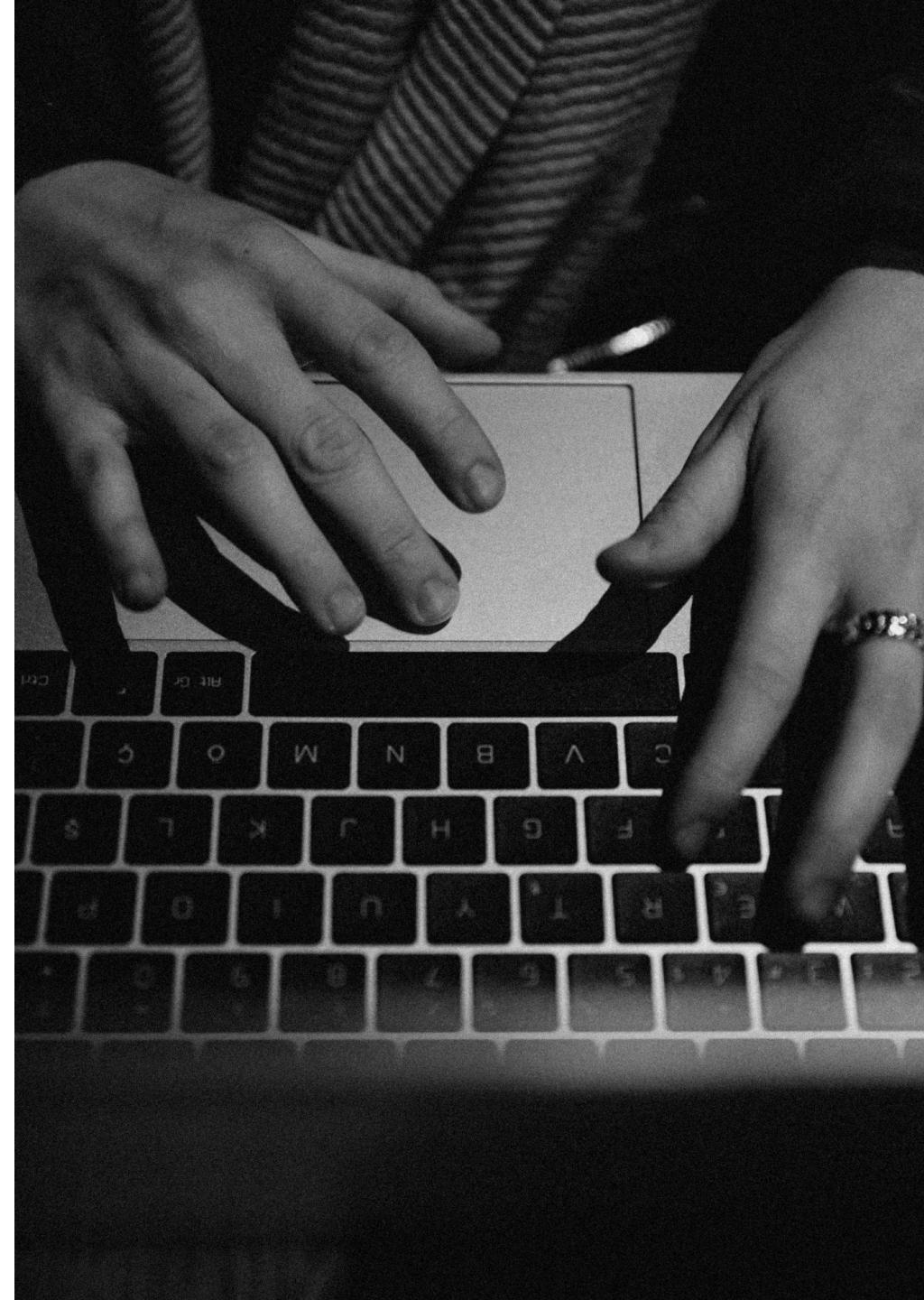
QUELQUES DATAS

LES CHIFFRES CLÉS

Lumina AI, c'est aujourd'hui :

- 18 collaborateurs à Paris et Lyon.
- 2,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024.
- 450 clients, dont 82 % renouvellent leur abonnement.
- Une communauté de 25 000 abonnés sur LinkedIn.
- 60 % de ses leads générés grâce au contenu éducatif et à la communication responsable.

L'objectif 2025 est ambitieux : **doubler le portefeuille client et ouvrir un bureau à Berlin** pour s'ancrer durablement en Europe.



LES DONNÉES À CONNAÎTRE



LES ENJEUX DU MOMENT

LES ENJEUX DU MOMENT

Le marché de l'intelligence artificielle devient chaque mois plus concurrentiel.

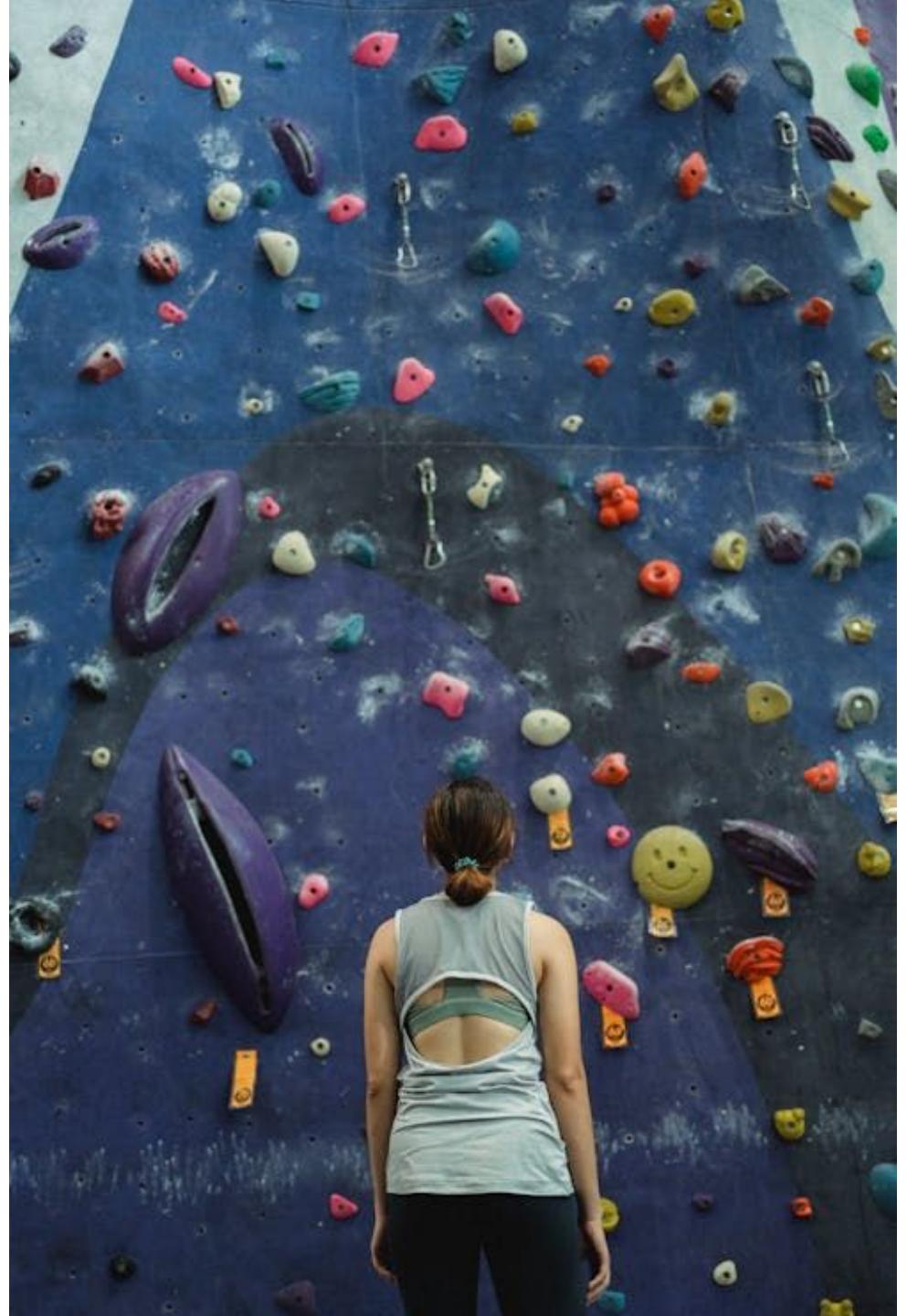
Entre les promesses de “super IA” et les inquiétudes éthiques, les marques doivent trouver le ton juste : ni alarmiste, ni naïf.

Lumina AI se trouve à la croisée des chemins : elle possède une technologie solide, mais doit **devenir une marque culturelle**, capable d'incarner une vision européenne de l'innovation.

Ses principaux défis sont triples :

- Rendre son discours accessible au grand public.
- Construire une image forte et différenciante.
- Conquérir une audience au-delà des milieux technophiles.

ENJEUX & PROBLÉMATIQUES



UNE NOUVELLE AMBITION

Pour 2026, Lumina AI prépare le lancement de **LumaMe**, une application d'IA personnelle destinée au grand public.

Cet outil, pensé comme un “assistant créatif et éducatif”, permettra à chaque utilisateur de dialoguer avec une IA européenne respectueuse de sa vie privée.

Le projet est audacieux : transformer une marque B2B technique en **marque grand public inspirante**. Il devra concilier croissance, pédagogie et éthique — sans renier la philosophie fondatrice de Lumina : *une IA au service de l'humain*.

VOTRE MISSION

Vous intégrez l'équipe stratégie de Lumina AI en tant que **consultant(e)** en **communication et développement de marque**.

Votre rôle : accompagner le lancement de LumaMe et définir une stratégie claire de positionnement, de visibilité et de différenciation.

L'objectif : permettre à Lumina AI de devenir une **référence européenne** dans la vulgarisation et la démocratisation de l'intelligence artificielle.

Dossier 1

Analyse



COMPRENDRE ET PROPOSER

Votre première mission consiste à dresser un **état des lieux complet** de l'entreprise et du marché.

Vous réaliserez :

1. **Une étude de marché ciblée :**

Analysez les tendances actuelles du marché de l'IA en Europe et les attentes du grand public vis-à-vis des technologies génératives.

Montrez en quoi la demande évolue autour des notions de confiance, de souveraineté et d'éducation numérique.

2. **Une analyse concurrentielle :**

Comparez Lumina AI à deux acteurs majeurs (par exemple ChatGPT et Mistral AI).

Étudiez leurs différences de discours, de positionnement et d'image. Soulignez les opportunités que Lumina peut saisir pour se démarquer.

3. **Un diagnostic SWOT :**

Présentez de façon argumentée les forces, faiblesses, opportunités et menaces de Lumina AI dans le contexte de ce lancement grand public.

4. **Une analyse du marketing mix actuel (4P) :**

Évaluez le produit, le prix, la distribution et la communication de Lumina AI.

Proposez des ajustements adaptés au passage vers un public non expert.



DOSSIER 2

Plan Marketing



DOSSIER 2

PLAN ET ACTION

Sur la base de votre diagnostic, vous concevez un **plan marketing complet** pour accompagner le lancement de LumaMe.

Vous préciserez :

- **Les objectifs marketing** : quels résultats mesurables viser (notoriété, acquisition, conversion, fidélisation) ?
- **Le plan d'action opérationnel** : quels canaux et leviers activer (réseaux sociaux, relations presse, influence, campagnes de sensibilisation, éducation numérique) ?
- **La stratégie de communication** : quel ton, quels messages et quels formats pour toucher à la fois les particuliers, les étudiants et les professionnels curieux de l'IA ?
- **Les indicateurs de performance (KPI)** : comment mesurer l'efficacité du plan et ajuster la stratégie au fil du lancement ?



BON COURAGE

