

### 1. Analysez comment la concurrence s'exerce sur le marché d'Aquatique Show International.

ASI est présent sur le secteur des spectacles visuels faisant appel à l'eau (avec fontaines, ou écrans d'eau, ..). Le modèle des cinq forces concurrentielles de Porter permet d'analyser la concurrence qui s'exerce sur ce secteur.

⇒ Rivalité entre les firmes concurrentes :

Bien qu'ASI soit soumis à la concurrence d'une société américaine, ***l'intensité concurrentielle ne semble pas très élevée en raison d'un marché oligopolistique*** et d'une ***croissance de la demande***.

Cette concurrence ne s'exerce ***pas en prix, mais en qualité*** : c'est l'originalité des prestations et l'image de l'entreprise qui permettent de remporter des contrats, les clients ne s'intéressent que très peu au prix.

⇒ Pouvoir de négociation des clients :

✳️ *Vous devez dire qui ils sont...*

Les clients potentiels sont nombreux car le marché est international. Il peut s'agir de comités organisateurs pour de grands événements ou de parcs d'attraction. ***Chaque client représente néanmoins une part importante du CA annuel des entreprises du secteur, leur pouvoir est donc relativement important***. Certains clients peuvent être tenus par des procédures spécifiques (appels d'offres).

Qu'il s'agisse d'institutions publiques ou d'entreprises privées, ils sont très ***exigeants en termes de qualité et d'originalité*** des prestations. Certains ***risques politiques*** peuvent conduire les clients à écarter d'un contrat une entreprise.

✳️ *... et ce qu'ils souhaitent.*

(⇒ Pouvoir de négociation des fournisseurs :

Il est ***probablement inexistant*** car il y a peu de matières premières et elles ***varient d'un spectacle à l'autre.***)

*Vous n'êtes pas obligé d'en parler si vous n'avez rien à dire.*

⇒ Menace des nouveaux entrants :

Il existe de ***fortes barrières commerciales et technologiques*** : l'image de marque, les connaissances en matière d'effets spéciaux et la capacité d'innovation sont indispensables pour entrer sur ce marché. ***La menace de nouveaux entrants est donc faible.***

⇒ Menace des produits substitués :

Les services de substitution sont nombreux : concerts, feux d'artifice et jeux de lumière permettent en effet de satisfaire un même besoin de divertissement.

✳️ *Les parcs de loisirs ne sont pas un substitut, mais un client d'ASI !*

*La technologie 3D n'est pas un substitut mais une compétence utilisée dans les shows d'eau.*

Les forces concurrentielles les plus menaçantes dans ce secteur sont le pouvoir de négociation des clients et, dans une moindre mesure, la rivalité concurrentielle avec la société américaine.

### 2. Identifiez les choix stratégiques d'ASI et étudiez leur pertinence.

*(pour étudier la pertinence : faire le lien avec des éléments du diagnostic interne ou externe ⇒ en mode brouillon, il faudrait rédiger !)*

• **STRATEGIE CONCURRENTIELLE** : ASI mène une ***stratégie de différenciation vers le haut*** car elle propose des spectacles de valeur supérieure à ceux des concurrents, plus innovants, avec une équipe de conception à l'écoute des clients.

⇒ ***pertinent car compétences en R&D (projection lettres en 3D, ...) + compétences marketing (réactivité et sens du relationnel)***

• **STRATEGIE GLOBALE** : L'entreprise mène une stratégie de ***spécialisation*** car elle est présente sur un seul DAS, celui des spectacles aquatiques.

Il s'agit d'une spécialisation ***avec un développement de produits selon la matrice d'Ansoff*** car elle innove constamment : ballets d'eau, scènes flottantes, fontaines interactives, etc.

C'est également une spécialisation ***avec un développement de marchés*** car elle signe des contrats dans plusieurs pays étrangers.

⇒ ***pertinent car entreprise française qui profite d'une bonne image pour exporter ses spectacles...***

• **STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT :**

- ***L'entreprise mène une intégration verticale vers l'aval*** car elle vend elle-même ses spectacles, sauf dans certains pays où elle a recours à des représentants indépendants. ⇒ ***pertinent car permet d'être à l'écoute des clients et de développer une relation de confiance indispensable pour développer de tels spectacles = compétences commerciales détenues par ASI***

- Elle poursuit une stratégie d'***internationalisation dans le monde entier*** (Asie, Etats-Unis, ...).