



## **Le marché de la réalité augmentée et virtuelle**

### **Casques, lunettes connectées, salles immersives : principaux usages, perspectives à moyen terme et paysage concurrentiel**

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché de la réalité augmentée et virtuelle. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle vous donne les clés pour mieux comprendre des technologies en pleine expansion à travers une présentation détaillée des usages, des différents dispositifs en développement et du paysage concurrentiel. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

**Flavien Vottero**  
Directeur d'études  
**Xerfi-France**

## Le marché de la réalité augmentée et virtuelle

Casques, lunettes connectées, salles immersives : principaux usages, perspectives à moyen terme et paysage concurrentiel

### 2015, l'année du boom pour la réalité augmentée et virtuelle ?

Le marché de la réalité augmentée et virtuelle est en pleine ébullition. Alors qu'elle se cantonnait à des applications industrielles et marketing, la réalité augmentée est en passe de s'immiscer dans la vie du grand public. Le lancement commercial des casques immersifs d'Oculus Rift et de Sony au cours des prochains mois sonne en effet le coup d'envoi d'une diffusion plus large de la technologie. Une révolution dont le succès est pourtant loin d'être assuré. L'absence de contenus et d'usages innovants ainsi qu'une utilisation contraignante constituent en effet des freins majeurs à la diffusion des casques immersifs. D'autant plus que l'émiettement des dispositifs et des solutions entraîne une confusion chez les particuliers. **Dans ce contexte, quelles perspectives de croissance pour ces technologies auprès des entreprises et des particuliers d'ici 2017 ? Quelle place pour les spécialistes français (fabricants de matériels, fournisseurs de logiciels, intégrateurs, etc.) dans l'écosystème de la réalité augmentée et virtuelle ?**

### Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché de la réalité augmentée et virtuelle et de ses perspectives**  
Moteurs et freins à l'adoption, perspectives de croissance par application (industrie, *retail*, culture, jeu vidéo, etc.) et technologie (réalité augmentée, réalité virtuelle), chiffre d'affaires des spécialistes français d'ici 2017.
- **L'étude détaillée de l'environnement**  
Évolutions technologiques, arrivée des géants de la *high-tech*, dynamisme du marché du jeu vidéo, gain de productivité pour les entreprises, utilisation contraignante, coût encore élevé, émiettement des solutions et technologies, perception des Français, etc.
- **Le panorama des forces en présence**  
Positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 10 acteurs clés et bilan économique et financier des 30 spécialistes français de la réalité augmentée.

Téléchargez  
immédiatement  
cette étude sur  
[www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)

avec le code étude  
5SAE30



## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

## Nos prévisions

Xerfi vous propose ses perspectives exclusives sur l'adoption de la réalité augmentée et virtuelle par les entreprises et le grand public d'ici 2017, à l'aide d'une analyse des moteurs et des freins ainsi que des facteurs clés de succès à l'essor de ces deux technologies. Alors qu'elles se cantonnaient à la communication événementielle et à l'industrie, les applications BtoB de la réalité augmentée et virtuelle devraient s'étendre au *retail*, à la logistique et à la culture à moyen terme. La conquête du grand public sera plus lente et difficile.

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.*

#### 1. LES ÉLÉMENTS DE CADRAGE

##### 1. APERÇU DU MARCHÉ

- Périmètre retenu
- Les chiffres clés de la réalité augmentée et virtuelle

##### 2. COMPRENDRE LE MARCHÉ

- Qu'est-ce que la réalité augmentée, virtuelle et holographique ?
- Glossaire
- Un historique des technologies de réalité augmentée et virtuelle depuis les années 1990
- Les principales interfaces d'utilisation : lunette connectée, casque, salle immersive, *smartphone*
- Les principaux débouchés (12 études de cas pour mieux comprendre les applications) : industrie, transport et logistique, *retail*, santé, formation, culture, jeu vidéo, etc.

#### 2. MARCHÉS ET TENDANCES

##### 1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

- Les moteurs et les freins à l'adoption de la réalité augmentée et virtuelle en entreprise et par les particuliers
- Les évolutions technologiques permettant l'essor de la réalité augmentée (miniaturisation des capteurs, amélioration de la qualité des écrans, baisse des prix des composants électroniques)
- L'attrait des technologies de réalité augmentée et virtuelle pour les entreprises (outil d'aide à la vente, gain de productivité, vecteur de communication différenciant)
- Le marché du jeu vidéo (évolution de la taille du marché mondial du jeu vidéo, impact de la réalité virtuelle dans l'industrie du jeu vidéo, etc.)
- Une acceptation difficile des technologies (étude de cas de l'adoption limitée de la 3D à la télévision)

##### 2. LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DES TECHNOLOGIES DE RÉALITÉ AUGMENTÉE ET VIRTUELLE À L'HORIZON 2017

- Les facteurs clés de succès à l'essor de la réalité augmentée et virtuelle
- Les perspectives d'ici 2017 par application (industrie, transport & logistique, *retail*, santé, formation, culture, jeu vidéo) et technologie (réalité virtuelle, réalité augmentée)
- Le chiffre d'affaires des spécialistes français de la réalité augmentée et virtuelle (panel Xerfi de 14 opérateurs) (2009-2017p)
- Quel écosystème gagnant dans les casques de réalité augmentée ?
- Les axes de développement des leaders

##### 3. LES FORCES EN PRÉSENCE

###### 1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- L'écosystème du marché de la réalité augmentée et virtuelle (fabricants de matériel, fournisseurs de solution logicielle, intégrateurs de système de réalité virtuelle et augmentée, géants de l'informatique et du numérique, entreprises utilisatrices des technologies de réalité virtuelle et augmentée)
- Le positionnement des spécialistes de la réalité augmentée et virtuelle par débouché et technologie en 2015
- Le panorama des casques et lunettes de réalité augmentée et virtuelle commercialisés ou en développement en juillet 2015
- Les leaders français de la filière de la réalité augmentée et virtuelle en 2015
- Les principaux utilisateurs des technologies de réalité augmentée et virtuelle en 2015

###### 2. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- Les géants mondiaux de l'électronique et du numérique : Facebook (Oculus VR), Microsoft, Google, Sony, Apple
- Les spécialistes français de la réalité augmentée et virtuelle : Generix Group, Total Immersion, Diotasoft, TechViz, Anticyp Simulation

## Le jeu concurrentiel

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel sur le marché de la réalité augmentée et virtuelle. L'étude propose une présentation des 30 principaux acteurs français présents dans le développement de logiciels applicatifs ou dans l'intégration de solutions de réalité augmentée et virtuelle BtoB. Dans le domaine du grand public, les leaders mondiaux de l'électronique (Microsoft, Facebook, Google et Sony) tentent de convertir le grand public en misant sur le jeu vidéo ou des usages innovants.

## Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement à suivre pour permettre l'essor des solutions de réalité augmentée et virtuelle auprès des particuliers dans les prochaines années. Parmi ceux-ci : la construction d'un écosystème fort autour d'une marque reconnue pour convertir les consommateurs, la facilité d'usage des dispositifs, le développement d'usages innovants et de contenus, l'acceptation de la technologie par le grand public.

### 4. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 30 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 30 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes. 100% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

### LES PRINCIPALES DONNÉES STATISTIQUES ET MATRICES PRÉSENTES DANS L'ÉTUDE

- T1 Les 5 chiffres clés du marché de la réalité augmentée et virtuelle
- T2 Les différents concepts de réalité augmentée, virtuelle et holographique
- T3 Les principaux exemples de concept de réalité augmentée, virtuelle et holographique
- T4 Les principales définitions pour comprendre le marché de la réalité augmentée et virtuelle
- T5 Le comparatif des principales interfaces d'utilisation des solutions de réalité augmentée et virtuelle
- T6 Le mapping de principales applications de réalité augmentée et virtuelle en 2015
- T7 L'étude de cas de l'utilisation des lunettes de réalité augmentée chez Airbus
- T8 L'étude de cas de l'utilisation de la réalité virtuelle au CEA
- T9 L'étude de cas de l'utilisation des lunettes de réalité augmentée chez Oscaro
- T10 Les moteurs et les freins à la croissance des technologies de réalité augmentée et virtuelle
- T11 Le marché mondial du jeu vidéo (2012-2014)
- T12 Le chiffre d'affaires Xerfi des spécialistes français de la réalité augmentée et virtuelle (2009-2017p)

### LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ÉTUDE (\*)

- |                  |                 |               |
|------------------|-----------------|---------------|
| • ACCENTURE      | • DIOTASOFT     | • ON-X        |
| • AERYS          | • DODOCASE      | • OPTINVENT   |
| • AIRBUS GROUP   | • DUROVIS DXM   | • OSCARO RAZE |
| • ANTYCIP        | • ECODIS        | • REVIATECH   |
| • SIMULATION     | • EMOTION TECH  | • ROBOCORTEX  |
| • APPLE          | • ENOZONE       | • SAMSUNG     |
| • ARCHOS         | • EPSON         | • SONY        |
| • ART GRAPHIQUE  | • FACEBOOK      | • SPEEDERNET  |
| • ET PATRIMOINE  | • FERRARI       | • SURICOG     |
| • ARTEFACTO      | • GENERIX GROUP | • TARKETT     |
| • ARTHUR-        | • GOOGLE        | • TECHVIZ     |
| • GAUTHIER       | • HAPTION       | • TESTIA      |
| • ATHEER LABS    | • HOMIDO        | • THALES      |
| • AVEGANT        | • HTC           | • UBLEAM      |
| • BACKLIGHT      | • I'M IN VR     | • UNIVERSITÉ  |
| • STUDIO         | • IMMERSION     | • D'ALABAMA   |
| • BLIPPAR        | • LASTER        | • VUZIX       |
| • BOEING         | • LEGO          | • WOLKSWAGEN  |
| • BOLLORÉ        | • LEICA         | • ZEISS       |
| • BONDUELLE      | • GEOSYSTEMS    |               |
| • BROTHER SYSTEM | • LG            |               |
| • CARL ZEISS     | • LIGHT AND     |               |
| • CARTAGE        | • SHADOWS       |               |
| • CONTINENTAL    | • LUMISCAPHE    |               |
| • DASSAULT       | • MAGIC LEAP    |               |
| • SYSTÈMES       | • META          |               |
| • DELTACAD       | • MICROSOFT     | (*) Liste non |
| • DIGINEXT       | • OCULUS VR     | exhaustive    |

### LES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (\*)

- |                  |                |               |
|------------------|----------------|---------------|
| • AERYS          | • DIOTASOFT    | • ON-X        |
| • ANTYCIP        | • DXM          | • OPTINVENT   |
| • SIMULATION     | • EMOTION TECH | • REVIATECH   |
| • ART GRAPHIQUE  | • ENOZONE      | • ROBOCORTEX  |
| • ET PATRIMOINE  | • HAPTION      | • SPEEDERNET  |
| • ARTEFACTO      | • I'M IN VR    | • SURICOG     |
| • ARTHUR-        | • IMMERSION    | • TECHVIZ     |
| • GAUTHIER       | • LASTER       | • TESTIA      |
| • BACKLIGHT      | • LEICA        | • UBLEAM      |
| • STUDIO         | • GEOSYSTEMS   |               |
| • BROTHER SYSTEM | • LIGHT AND    |               |
| • CARTAGE        | • SHADOWS      |               |
| • DELTACAD       | • LUMISCAPHE   | (*) Liste non |
| • DIGINEXT       |                | exhaustive    |

## Le médiateur du monde économique

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

## Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché de la visioconférence**  
*Analyse de l'activité et perspectives à l'horizon 2016 - Paysage concurrentiel et axes de développement*
- **Le marché des objets connectés pour la santé et le sport**  
*Montres, balances, tensiomètres, lecteurs de glycémie et traqueurs d'activité : perspectives et jeu concurrentiel d'ici 2016*

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ➊ Rentrez le code **5SAE30** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ➋ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ➌ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client [xerfi.com](http://xerfi.com)

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, conférence, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

## BON DE COMMANDE

Réf : **5SAE30 / MSPE / INT**

A renvoyer à  
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris  
Mail : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr) - Fax : **01 42 81 42 14**

# Le marché de la réalité augmentée et virtuelle

Casques, lunettes connectées, salles immersives : principaux usages, perspectives à moyen terme et paysage concurrentiel

### Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

*(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)*

<input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	<b>1 200 EUR HT</b>	<b>1 266,00 TTC</b>
<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	<b>1 200 EUR HT</b>	<b>1 440,00 TTC</b>
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) :	<b>1 600 EUR HT</b>	<b>1 920,00 TTC</b>

### A renseigner (en majuscules) :

Société :	Siret :
Nom & prénom :	Fonction :
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	E-Mail :

TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :

*Tarifs valables jusqu'au 31/07/2016. Facture avec la livraison.*

*Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.*

**En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.**

### Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :