

Kintsugi Cloud

Rendre la complexité Cloud impossible à ignorer en montrant à chaque décideur la fêlure de son propre environnement, pas la complexité du Cloud en général.

Challenge THINK OUTSIDE THE B2B BOX, Fujitsu France x ISCOM Lille 2026 · finale vendredi, 10 min de pitch et 5 min de questions · diagnostic en ligne : fujitsu-ikigai.pages.dev

01 Le problème

Un CIO n'a pas besoin qu'on lui explique le Cloud. Il a besoin qu'on lui montre le sien.

29%

des dépenses Cloud gaspillées en 2026, le plus haut niveau depuis cinq ans.

Flexera, 2026 State of the Cloud Report, 753 décideurs Cloud interrogés. Sur le shadow IT, les études convergent autour de 30 à 40% des dépenses IT hors pilotage de la DSI.

85%

placent la gestion des dépenses Cloud comme leur défi numéro un.

63%

ont déjà une équipe FinOps, et le gaspillage augmente quand même.

02 Le concept

Le kintsugi répare une fêlure à l'or et la montre au lieu de la cacher.

Le marché promet	Un Cloud sans friction. Une promesse que personne ne vérifie et que tous les concurrents tiennent au mot près.
Nous montrons	La fêlure, nommée et située. Pas la panne : l'endroit précis où la marge a disparu.
Fujitsu vend	La réparation, et sa trace visible. Un environnement réparé vaut plus que le même environnement neuf.

Ni torii, ni cerisier, ni néon : l'or est une mécanique, pas un décor. Le dispositif branche sur le purpose réel de Fujitsu, building trust in society through innovation.

03 Le diagnostic

Quatre piliers, pas un score global. Douze questions, trois minutes.

Performance et fiabilité
Résilience

Maîtrise financière
Coût

Alignement métier
Agilité

Gouvernance et sécurité
Conformité

- **Une réponse égale une fêlure**, et la largeur du trait porte la réponse : 1,7 px pour la meilleure, 5,7 px pour la pire. Le dessin devient une information.
- **Le cercle se trace à côté des questions**, en direct. On voit son environnement se fissurer pendant qu'on répond.
- **Le résultat ne rend pas un score**, il désigne la fêlure la plus utile à réparer maintenant, et ce que sa réparation vaut.

04 Le dispositif, trois briques déjà produites

Le diagnostic en ligne

L'atterrissage. 12 questions, 4 piliers, un rapport PDF nominatif envoyé par mail derrière le formulaire.

En ligne, chaîne de lead fonctionnelle de bout en bout

La campagne LinkedIn

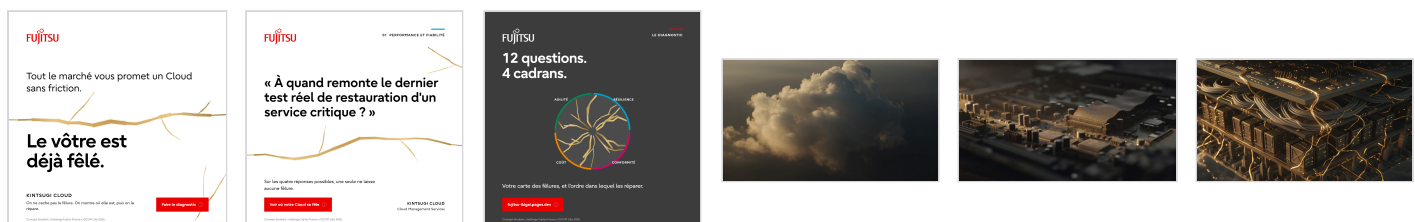
L'amorce. Six visuels, une vraie question du diagnostic par visuel, aucune accroche inventée ni statistique avancée.

Produits, deux séries, avec et sans mention

Le film de descente

Le fond de pitch. 66 s du nuage jusqu'à la gravure du silicium, il rend physique une infrastructure que personne ne voit.

Monté, 14 images et 13 transitions



Trois des six visuels de lancement, puis trois images du film. La série complète et le film sont sur fujitsu-recap.pages.dev

05 Ce que ça coûte

Diagnostic, rapport, visuels	0€, hébergement et base dans leur palier gratuit, tout est généré par script
Film 66 s	4 780 crédits de génération, compression locale gratuite
Média LinkedIn	À chiffrer, seul poste non estimé

06 Ce qu'on mesure

- **Taux de complétion des 12 questions**, la tenue de l'attention sur trois minutes.
- **Taux de demande de rapport**, seul moment où le visiteur donne son email, donc le vrai point de bascule.
- **Répartition des fêlures principales**, un agrégat qui dit où le marché français casse. C'est un actif pour Fujitsu, pas un reporting de campagne.
- **Délai entre diagnostic et rappel**, un rapport lu sans suite annule le bénéfice.

Garde-fous du brief tenus : aucune marque tierce, pas de nouvelle sous-marque ni de logo produit, logo officiel jamais déformé, textes en noir ou blanc et couleur réservée aux filets, aucun cliché japonais. **Reste à trancher** : le budget média, le partage du pitch et le jeu de réponses de démonstration.

Document de travail étudiant, challenge Fujitsu France x ISCOM Lille 2026. Document non officiel, sans valeur d'engagement pour Fujitsu. Typographie Fujitsu reproduite sans modification, à des fins de démonstration pédagogique.