

Apple, Google, Samsung, LG, mais aussi Legrand ou Leroy Merlin... tout le monde s'y met. Maintes et maintes fois annoncé, le marché de la maison connectée pourrait enfin décoller. Explications.

La maison connectée, enfin une réalité



Besoin d'un conseil ou d'un tutoriel vidéo pendant votre routine matinale ? **Le miroir connecté** est là pour vous. Il permet à son utilisateur d'afficher des vidéos en bas de sa surface, mais aussi d'accéder à des informations, de la musique, la météo ou encore un chronomètre. Le miroir intelligent s'adapte aux adultes comme aux enfants.

Bardé de capteurs, **le lave-linge intelligent** calcule lui-même le taux de remplissage du tambour, la salissure du linge, la nature du textile, pour déterminer la température et le débit d'eau idéal et, finalement, prévoir le programme le mieux adapté au lavage. Un constructeur a même mis au point une station de lavage à sec réservé aux dressings de la maison.



Les ampoules connectées sont directement contrôlées par une application sur smartphone. L'utilisateur peut les éteindre par un simple clic. Idem pour les volets et la fermeture de la maison, pilotés via une application ou sur demande vocale auprès de l'assistant personnel de la maison.

Le thermostat intelligent ne gère pas que la température de la maison mais aussi sa consommation en eau. L'utilisateur peut gérer la programmation du chauffage sur son smartphone. Calé sur les habitudes de la famille, le chauffage se met en route quand les habitants reviennent, grâce à la géolocalisation ou de l'intelligence artificielle.

Directement liée au wi-fi de la maison, **la télévision connectée** propose de véritables plateformes d'applications mises au point par les constructeurs ou par un éditeur externe, et permet d'accéder à internet par un navigateur. Ces téléviseurs donnent aussi accès aux plateformes de vidéos à la demande, comme Netflix ou Molotov.tv.

L'assistant personnel s'invite dans la cuisine connectée. Sous forme de haut-parleur ou de tablette tactile, l'utilisateur va pouvoir interagir avec lui par l'intermédiaire de la commande vocale pour caler un rendez-vous, appeler un taxi, commander une pizza... Il permet aussi de visionner une recette ou de passer un appel vidéo.

Équipé d'un écran tactile, **le réfrigérateur connecté** est multifonction : sans scanner l'intégralité du contenu, le consommateur peut surveiller la date de péremption de certains aliments : une bouteille de lait ouverte, des yaourts ou une pièce de bœuf... Le réfrigérateur se mue en outil de partage avec un calendrier familial, des photos et de la musique.

Grâce à **l'interphone connecté** tous les habitants de la maison sont informés en temps réel de qui sonne à la porte grâce à leur application sur smartphone, ils peuvent entamer une discussion avec le visiteur et lui ouvrir la porte équipée d'une serrurerie connectée. Fini les problèmes de livraisons de colis.

6 Mrds€

L'estimation du CA du marché de la maison connectée à l'horizon 2019

30 millions

Le nombre de foyers qui seront connectés en 2019

Source : Étude 2016 Context/Deutsche Telekom

LES LEVIERS

- ↑ Un intérêt croissant des consommateurs pour les références connectées.
- ↑ Une synergie d'acteurs qui travaillent main dans la main.

LES FREINS

- ↓ Des objets dont l'utilité est parfois mal expliquée.
- ↓ Une mise en avant trop faible en points de vente.

Bonne nouvelle pour les fabricants : les Français commencent (enfin) à s'intéresser à la maison intelligente ! Selon l'étude Ifop 2016/Observatoire des objets connectés, 56 % des Français qui connaissent les objets connectés ont l'intention d'en acheter, et 83 % des personnes interrogées sont intéressées par la *smart home* pour gérer leur maison. Une évolution qui va de pair avec les grandes annonces des spécialistes mondiaux

du high-tech, de Samsung à LG Electronics, en passant par Lenovo, qui ont profité du CES (Consumer Electronic Show) de Las Vegas, en janvier 2017, pour orchestrer le lancement de leurs nouveaux produits. Les Français n'ont pas été en reste : Legrand a également profité de la grand-messe de l'électronique pour présenter une innovation majeure, développée avec Netatmo, et baptisée Céliane with Netatmo. Cette solution de pilotage veut rendre accessible la maison connectée au plus grand nombre. « Nous aimons comparer l'écosystème

de la maison connectée à celui du smartphone, car nous pensons que la dynamique marché est similaire. À l'époque du smartphone pour tous, Legrand propose la *smart home accessible à tous* », explique Benoît Coquart, directeur de Legrand France.

Amazon en avance

Un constat partagé par Adam Simon, managing director, retail business development, chez Context : « Face à des produits trop chers et trop compliqués, le public n'était pas prêt, analyse

l'expert. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, pays dans lesquels les hubs à commande vocale ont été lancés, on constate un essor... mais pas encore une démocratisation », nuance-t-il. Parmi les hubs, Amazon Echo, lancé outre-Manche en septembre 2016, « a fait décoller le marché, avec 9 millions d'unités pour les fêtes de fin d'année 2016 », poursuit Context. Un avis que partage Matthias Berahya-Lazarus, président de Bonial France. « Là où l'on attendait plus spécialement Google ou peut-être Apple, c'est paradoxalement Amazon qui a pris une

LES DISTRIBUTEURS EN PREMIÈRE LIGNE

Leroy Merlin est bien décidé à se tailler une place dans l'univers de la maison connectée. Le distributeur a présenté en janvier dernier Enki, une appli mobile qui permet de faire fonctionner entre eux les objets connectés de la maison de près de 15 marques et 40 produits vendus par Leroy Merlin. L'enseigne de bricolage compte aussi mettre sur le marché une box multiprotocole d'ici à la fin de l'année. Pour Sophie Algré, directrice France de Context, « les distributeurs qui sauront offrir un service en plus seront les grands gagnants de demain ». 76 % des consommateurs sont prêts à payer mensuellement pour des services supplémentaires, d'après une enquête Context de janvier 2017. Amazon s'est déjà lancé aux États-Unis avec des consultations *smart home* gratuites, soit un audit de la maison et des préconisations d'installation. Au Royaume-Uni, Maplin, distributeur spécialisé en électronique, lui emboîte le pas.



RAYON CONNECTÉ

Pour préparer l'avenir, Darty a mis au point des rayons dédiés à la maison connectée dans ses magasins. Le distributeur se fait la main sur ces références avant l'ère prochaine du tout-connecté et travaille ainsi avec les start-up membres de la French Tech.



« Dans quelques années, tous les rayons vendront des objets connectés. Il faut

donc passer du temps sur l'uniquement connecté afin de se préparer au futur des linéaires. Cerner les usages et identifier la mission d'évangélisation pour vendre ces produits. Une foule de scénarios reste à imaginer. »

Michel Cornet, directeur de l'offre son et maison connectée chez Darty

UNE FUTURE BOX

Leroy Merlin a présenté en mars dernier Enki, une appli pour connecter les objets Netatmo, Nest, Myfox et bien d'autres encore. À la fin de l'année, Enki aura sa version box sous forme d'assistant connecté pour la maison.



«... avance surprenante dans ce domaine. Son appareil Echo dispose non seulement de plusieurs itérations matérielles (avec écran, avec caméra...), mais aussi et surtout de nombreux skills, des fonctionnalités développées par des acteurs tiers, et qui sont le pendant des apps dans l'univers mobile. » Là encore, le parallèle avec l'avènement du smartphone est tentant. « On sait à quel point l'écosystème d'App Store, inventé par Apple, a favorisé l'explosion de l'iPhone, en permettant l'adjonction rapide de nouveaux cas d'utilisation à l'appareil, poursuit Matthias Berahya-Lazarus. Amazon a été le premier entrant, et cela devrait en toute logique le favoriser, mais ses grands concurrents ne sont pas bien loin derrière et investissent lourdement dans ce domaine. »

Développement d'écosystèmes

Tendance phare du début d'année, l'intelligence artificielle est désormais au cœur des dispositifs connectés, transformant une multitude d'objets conçus indépendamment en écosystèmes pointus et interagissant les uns avec les autres. Via des assistants, le plus souvent sous forme d'enceintes fonctionnant par commande vocale, la cuisine, la salle de bains, l'entrée, la chambre et le garage sont désormais reliés par un système d'exploitation commun. « L'interopérabilité est un élément essentiel pour la croissance de la catégorie », avance-t-on chez Context.

C'est à travers des partenariats noués avec les géants du secteur que les fabricants high-tech ont mis un pied dans ce qu'on nommait autrefois la domotique. LG Electronics a récemment annoncé la compatibilité des appareils connectés de sa gamme premium (machines à laver, sèche-linge, réfrigérateurs, purificateurs d'air, climatiseurs, aspirateurs-robots...) avec Google Home. Le sud-coréen a, par ailleurs, noué un accord avec Amazon Alexa.

Chez Legrand, on est à l'aise avec l'idée de travailler avec Apple ou Samsung. « Legrand est un acteur mondial, qui fabrique un objet démocratique par nature, l'interrupteur, explique Jérôme Boissou, à la tête du programme Eliot, lancé en 2015 par Legrand pour accélérer son déploiement dans l'Internet des Objets. Nous nous positionnons comme un générateur de services tiers, et nous sommes ainsi complémentaires de ces grands acteurs qui souhaitent toucher le plus de personnes possible. »

Synergies des technologies, diminution des prix, focus sur des catégories phares où les attentes sont grandes (sécurité, économies d'énergie),

L'ASSISTANT PERSONNEL, NOUVEL ELDORADO DES FABRICANTS

Sur ces six derniers mois, on ne compte plus les assistants personnels lancés par les entreprises de high-tech. En tête de file, Amazon pionnier du genre avait déjà sorti son enceinte Echo en novembre 2014. Dopée à l'intelligence artificielle maison baptisée Alexa, le haut-parleur connecté permet de commander un Uber, contrôler les objets connectés de la maison ou lancer la lecture de musique sur simple commande vocale. Un produit qui séduit puisque Amazon a présenté deux versions améliorées au printemps 2017. En face, LG suit le même chemin avec son Hub Robot, un centre de notification intelligent fonctionnant sur commande vocale et grâce à l'intelligence artificielle Alexa également. Le français Orange se met aussi dans la course avec l'assistant personnel Djingo, disponible début 2018, tout comme Google et Microsoft. Avec ces assistants virtuels, les fabricants entendent faire rentrer l'intelligence artificielle dans le quotidien des utilisateurs.



« Là où on attendait plus spécialement Google ou peut-être Apple, c'est paradoxalement Amazon qui a pris une avance surprenante. Son appareil Echo dispose non seulement de plusieurs itérations matérielles, mais aussi et surtout de nombreuses fonctionnalités développées par des acteurs tiers. »

Matthias Berahya-Lazarus, président de Bonial France



LA VERSION FRANÇAISE
Après Amazon et Google, Orange inaugure son assistant personnel, baptisé Djingo. Il permet d'interagir avec l'écosystème Orange, de passer des appels, envoyer des SMS ou demander une simple information. Contrairement à ses concurrents, l'assistant parlera français dès fin 2017.

L'ASSISTANCE AU QUOTIDIEN
Embarquant l'intelligence artificielle maison Alexa, les enceintes connectées Amazon offrent la possibilité de passer commande sur Amazon.com. Mais, pour le CEO Jeff Bezos, ce ne sont pas des caisses enregistreuses mais une véritable assistance dans les tâches du quotidien.



LE ROBOT MAISON
Alors que ses concurrents s'orientent tous vers un haut-parleur connecté, LG a choisi d'innover dans la forme avec un assistant sous forme de robot. Comme les autres, il connecte les objets de la maison entre eux et fonctionne sur commande vocale.



simplicité de fonctionnement, esthétique, sécurisation des données personnelles... Autant de points que les fabricants doivent continuer à améliorer pour garantir le succès de ces références et leur accès au mass-market.

Des distributeurs français peu impliqués ?

Mais pour se vendre, ces produits doivent être expliqués et mis en scène. Parmi les freins à l'achat identifiés par Context, un manque d'implication des distributeurs : 50 % des répondants n'ont jamais vu de produit *smart home* dans un magasin, et seulement 10,8 % des personnes interrogées considèrent que les vendeurs maîtrisent le sujet (selon l'étude 2016 Context/Deutsche Telekom). « Mais, peu à peu, les distributeurs français dédient des espaces aux produits *smart home*, comme Darty, Boulanger,

Fnac, Leroy Merlin, Castorama ou Orange », avance Adam Simon. Clé de voûte de ce nouveau marché, que beaucoup rêvent de voir exploser durant les années à venir : l'utilisateur, qui décidera (ou pas) de s'approprier ces innovations. « Il faut cerner les usages et identifier la mission d'évangélisation pour vendre ces produits. Une foule de scénarios reste à imaginer », explique Michel Cornet, directeur de l'offre son et maison connectée chez Darty. Même discours du côté des fabricants comme Legrand. « Ce n'est pas parce que c'est connecté que cela s'adresse à tout le monde, poursuit Jérôme Boissou. Si cela change trop l'expérience utilisateur et transgresse les habitudes, cela ne marchera pas. » Une maison intelligente certes, mais à portée du plus grand nombre. ■

AUDE CHARDENON ET CHARLÈNE LERMITE

PHOTOS : BONIAL FRANCE ; DR