



INNOVER

Le tour du monde des idées insolites qui pourraient changer la donne. **CARTE P. 14-15**



CHANGER

La caméra du toulousain Vims filme la chirurgie en ultra-haute définition. Une première mondiale. **P. 16**



À SUIVRE

Le fabricant de smartphones BlackBerry se recentre sur le marché des entreprises. **P. 17**

LA TRIBUNE *fr*

DU VENDREDI 25 AVRIL AU MERCREDI 7 MAI 2014 - N° 88 - 3 €

LA TRIBUNE DE... XAVIER HUILLARD

Le PDG de Vinci présente sa feuille de route : partenariats public-privé et international. Il n'exclut pas de participer à une privatisation d'ADP. **P. 8-9**



ENTREPRISES L'ENVOL DU TOURISME COLLABORATIF

Appartements, voitures, bateaux... pour les vacances, tout se partage, et les professionnels s'adaptent. **P. 10-11**

MÉTROPOLES BORDEAUX VEUT ATTIRER LES GRANDS GROUPES

Nouvelle adjointe d'Alain Juppé, Virginie Calmels souhaite faire de la ville une capitale européenne. **P. 18**

ANALYSE LA BATAILLE DES DEUX FRANCE

La guerre des taxis continue sur le Net. Retour sur le conflit entre Nicolas Rousselet et les « Barbares ». **P. 22**

PORTRAIT DAVID VISSIÈRE



Le fondateur de Sysnav vient d'être désigné par le MIT comme un des dix jeunes Français les plus innovants. **P. 26**

Tout sur le business de la maison connectée

1 MILLIARD D'EUROS EN 2015



Sur un marché de la domotique en plein essor, start-up et PME s'illustrent par leur dynamisme. Les opérateurs télécoms tentent de se faire une place au soleil.

PAGES 4 à 7

La Ville de Barcelone choisit le cloud pour accueillir 1,5 million de visiteurs et maîtriser tous les rouages de sa grande fête annuelle, La Mercè.

C'est le Cloud Microsoft.

► Données ► Productivité ► Social ► Plateforme

En savoir plus sur microsoftcloud.fr

Microsoft Cloud



« LA TRIBUNE S'ENGAGE AVEC CECODILO POUR LE RECYCLAGE DES PAPIERS. AVEC VOTRE GESTE DE TRI VOTRE JOURNAL A PLUSIEURS VIES. »

© THOM SWIFT / THE NEW YORK TIMES REDUX / REA

L'ÉVÉNEMENT

La maison intelligente pour tous, c'est pour demain

LES FAITS. L'engouement pour les smartphones, le boom des objets connectés et l'augmentation des prix de l'énergie créent un environnement favorable au développement de la domotique.

LES ENJEUX. Dans ce marché en plein essor où coexistent start-up, PME et grands groupes, de nombreux nouveaux acteurs, à commencer par les opérateurs télécoms, tentent de se faire leur place au soleil et de trouver des relais de croissance.

PAR SYLVAIN ROLLAND
@SylvRolland

« Bonjour Cédric, il est 6 heures, il est temps de se réveiller! La température extérieure est de 7 degrés. » Comme tous les matins du lundi au vendredi, une voix électronique chaleureuse sort Cédric Loqueneux des bras de Morphée. Une douce lumière emplie la chambre pour ne pas gêner son épouse, qui se lève un peu plus

tard. Le responsable informatique et télécommunications de 34 ans file prendre sa douche. Dans la salle de bain, une agréable sensation de chaleur le saisit. Normal, le chauffage s'est mis en route automatiquement une demi-heure auparavant. Lorsque Cédric rejoint la cuisine, les volets roulants sont déjà remontés, laissant les premières lueurs du jour pénétrer dans la pièce. Place aux rituels du matin : café, tartines, vêtements, réveil et préparation des trois enfants.

À 7h15, « la voix » résonne, dans les haut-parleurs du salon cette fois. « Cédric, il est bientôt temps de partir travailler », prévient-elle. Le rythme s'accélère. Lorsque la femme de Cédric claque la porte à son tour, la maison se verrouille toute seule, met en route le dispositif de surveillance (caméras, détecteurs de présence) et vérifie que tous les équipements (lumières, appareils électriques, cuisinière, eau, radiateurs) sont bien éteints. Évidemment, le portail de la propriété s'ouvre de lui-même. Grâce à des détecteurs qui communiquent avec sa voiture, il se refermera après son passage, et s'ouvrira ce soir à son approche.

Passionné de longue date par les nouvelles technologies, Cédric Loqueneux s'est converti à la domotique en 2008, lors de la construction de sa maison, à Chaon (Loiret-Cher). Ce bricoleur a investi environ 3000 euros pour s'équiper d'une box WiFi et d'une série de modules adaptés, qu'il a installés lui-même derrière ses prises électriques. « La domotique, c'est connecter des objets du quotidien entre eux pour les rendre intelligents », explique-t-il. Régulièrement, la petite famille achète de nouvelles installations. Ainsi, Cédric a pu configurer de multiples « scénarios de vie ». Le week-end, par exemple, ses volets s'ouvrent plus tard.



Le thermostat connecté de Nest sur lequel Google a mis la main en rachetant la start-up pour 3,2 milliards de dollars... © Nest

35%

c'est la croissance annuelle prévisible du marché de la maison intelligente, selon une étude du cabinet de conseil indépendant Xerfi. En France, il s'élevait à 1 milliard d'euros dès 2015.

Pour éviter la surconsommation d'énergie, l'ouverture d'une fenêtre entraîne automatiquement l'arrêt du chauffage. La machine à laver peut attendre les heures creuses pour se déclencher et envoie un sms lorsque le cycle se termine. Si le facteur dépose un colis dans la boîte aux lettres, Cédric reçoit une notification sur son smartphone. Et ainsi de suite...

Lorsqu'il a installé ses premiers équipements domotiques, Cédric Loqueneux faisait office de précurseur. Demain, la maison connectée sera la norme. Selon une étude du cabinet de conseil indépendant Xerfi, le marché de la maison intelligente devrait grimper de 35% par an et atteindre 1 milliard d'euros dès 2015. Et selon le think tank britannique Building services and information association (BSRIA), la domotique deviendra un marché de masse entre 2015 et 2017 en Europe, grâce, notamment, à l'essor des objets connectés.

LES « SMART ENERGY BOX » SÉDUISENT ENCORE PEU

Il faut se méfier des bonnes idées. Portés par la prise de conscience écologique et l'augmentation de la facture énergétique, un certain nombre d'acteurs se sont lancés dans la promesse des économies d'énergie avec les « smart energy box ». Elles permettent, entre autres, l'affichage des consommations en temps réel, le pilotage du chauffage et la gestion des appareils électriques à distance. Selon Alcedim, une dizaine de box de ce genre ont vu le jour depuis 2012. Elles proviennent pour la plupart d'énergéticiens (EDF avec sa « Energy Box », GDF-Suez avec sa « Zen Box », Butagaz avec sa « Butabox »...) mais aussi d'autres acteurs comme Bouygues Telecom en partenariat avec Ijenko, dont la box inclut un service de coaching

des consommateurs. Problème : le public ne répond pas présent. L'étude menée par Alcedim révèle que seuls « quelques milliers d'utilisateurs » se seraient laissés convaincre en 2013. « Les Français ne sont pas encore prêts à payer un service supplémentaire alors que le retour sur investissement est à peu près de dix ans pour les 70% de foyers français qui ne se chauffent pas à l'électricité », note Romain Petit, responsable de mission chez Alcedim.

Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc) pointe du doigt le nœud du problème. Dans une étude publiée en janvier 2014 et réalisée avec Promotelec, l'organisme explique que pour moins dépenser d'énergie, les Français préfèrent

investir dans l'isolation et réaliser des écogestes plutôt que de s'offrir des solutions domotiques. « C'est un paradoxe, poursuit Jean-Philippe Tridant Bel, le directeur de l'activité Énergie-Environnement de la société de conseil en stratégie Alcedim. Bien que sensibilisés

aux enjeux énergétiques, les clients recherchent avant tout la simplicité et le confort. L'échec relatif des "smart energy box" nous indique que les Français préfèrent avoir une solution domotique complète plutôt qu'une box pour l'énergie, une autre pour la sécurité... » ■ S.R.



Une dizaine de box destinées à contrôler la consommation d'énergie ont vu le jour en France depuis 2010. © BUTAGAZ

SÉCURITÉ ET ÉCONOMIES, OBSESSIONS DES FRANÇAIS ?

Les sceptiques ne manqueront pas d'objecter qu'on promet à ce secteur des lendemains qui chantent depuis plus de vingt ans. Depuis, en fait, que les premiers automatismes (volets roulants, alarmes...), également appelés « domotique 1.0 », se sont démocratisés, à la fin des années 1980. « Ces produits ont introduit la technologie dans la maison, mais ils n'étaient pas communicants. Aujourd'hui, la société est mûre pour la domotique 2.0 », explique François-Xavier Jeuland, le président de la Fédération française de domotique (FFD). La domotique 2.0? « On assiste à la convergence entre les équipements traditionnellement gérés par la domotique - lumières, chauffage, motorisations -, les appareils du quotidien qui deviennent peu à peu communicants - électroménager, audiovisuel, alarmes -, et la multitude des objets connectés qui envahissent peu à peu nos maisons, à l'image de la station météo de Netatmo ou du thermostat intelligent de Nest », précise-t-il.



Il faut dire que la « smart home » fait écho à plusieurs tendances majeures de société. Dans un monde de plus en plus connecté, le succès des smartphones (pour la première fois, plus d'un téléphone vendu sur deux était un smartphone en 2013), des tablettes tactiles, et la fiabilité des technologies sans fil, permettent l'essor de la maison intelligente facile à piloter. Idéal pour améliorer la sécurité des biens et des personnes, une autre obsession des Français, si l'on en croit le boom des ventes d'alarmes depuis quelques années. « Grâce à la domotique, je peux garder un œil en permanence sur ma maison avec mon smartphone ou ma tablette. Je peux me connecter aux caméras de surveillance et être prévenu en cas de problème, grâce aux capteurs de présence et autres détecteurs de fumée. En cas d'absence prolongée, la simulation de présence allumera aléatoirement les lumières ou la télévision pour décourager les intrus, même si je suis à l'autre bout du monde », explique David Bonnamour, le directeur de la PME Domadoo.

Autre tendance de fond : la transition énergétique, sur fond d'augmentation continue (et irréversible) des prix de l'énergie. Selon la Commission de régulation de l'énergie (CRE) de l'Assemblée nationale, le coût de l'électricité augmentera de 50 % d'ici à 2020, tandis que celui du gaz va gonfler de 20 %. Une opportunité pour la domotique, dont l'un des services principaux est l'automatisation et le pilotage des équipements gourmands en énergie. « Les Français regardent davantage leur facture. Ils veulent savoir exactement ce que leurs appareils consomment et cherchent

à réaliser des économies », explique Jean-Philippe Tridant Bel, le directeur de l'activité Énergie-Environnement de la société de conseil en stratégie Alcimed. Ce facteur a été la « motivation première » d'Hervé Campion, 40 ans, habitant en banlieue parisienne. Ce cadre dans le secteur bancaire a profité de la rénovation de son appartement, il y a six ans, pour s'équiper en domotique. Au programme, entre autres : un thermostat connecté et des modules pour relier les lumières avec des détecteurs de présence. Afin d'éviter toute perte de chaleur pendant l'hiver, les volets roulants sont programmés pour s'abaisser dix minutes avant le coucher du soleil. Le verdict est sans appel. « Ma consommation a baissé de 21 % en un an car la domotique évite tout gaspillage. Depuis, je vis de manière plus confortable en dépensant moins », résume le fondateur du blog de domotique Abavala, une référence dans le domaine.

UN PROBLÈME D'IMAGE... ET DE COÛT ENCORE ÉLEVÉ

Toutes les planètes semblent donc alignées pour que le marché de la domotique explose enfin. Mais paradoxalement, la promesse de la maison intelligente peine toujours à convaincre le grand public. La faute, en partie, à une mauvaise image. « Nous sommes au début du processus de démocratisation. Pour beaucoup de Français, la domotique relève encore du gadget technologique très coûteux », déplore Bruno Capdordy, directeur

Suite p. 6

Avec la domotique 2.0, les objets du quotidien deviennent communicants, permettant de piloter à distance la fermeture des portes, la température, la lumière...
©BENOIT DECOUT/REA

START-UP ET PME FRANÇAISES EN PREMIÈRE LIGNE

Même s'il n'existe aucun chiffre sur le poids des start-up et des PME dans l'écosystème français de la domotique, l'Hexagone s'illustre grâce à un tissu d'entreprises très dynamiques, à la source de la plupart des innovations grâce à leurs compétences techniques. En attendant l'avènement des opérateurs télécoms, le marché des box est aujourd'hui dominé par des PME dont beaucoup sont françaises. La box eeDomus, créée par la PME Connected Objects, ou encore sa concurrente Zibase (par Zodianet), toutes deux compatibles avec de nombreux protocoles, figurent parmi les plus emblématiques et les plus appréciées des utilisateurs.

Le secteur compte également de nombreuses success stories.

Créée il y a huit ans, la PME Domadoo, basée à Lyon, figure aujourd'hui parmi les leaders français de la vente en ligne de solutions domotiques, avec les incontournables My Domotique, Domotique Store ou encore Planète domotique. « Le créneau du "do-it-yourself", c'est-à-dire la domotique à destination des particuliers qui installent eux-mêmes leurs équipements, a permis à de nombreuses PME de s'illustrer », explique David Bonnamour, son créateur, qui a doublé son nombre d'employés (de 4 à 8) en quatre ans.

D'autres PME ont profité de l'essor

du secteur pour opérer une reconversion réussie. C'est le cas d'Avidsen, située à Chambray-lès-Tours, en Indre-et-Loire. Doté de son propre centre de recherche

et de développement, le fabricant d'appareils pour la maison connectée cherche à valoriser ses innovations en s'associant avec de plus grands groupes. La PME commercialise sa propre box sous la marque Thomson (la ThomBox), avec une centaine de modules compatibles. Elle a aussi conçu, en partenariat avec le bureau d'études B2M, la « BlyssBox » de Castorama. Et son chiffre d'affaires (25 millions d'euros en 2013 dont 15 en France et le reste en Europe) augmente tous les ans. Enfin, la France s'illustre dans le domaine des objets connectés pour la maison. Parmi les pépites, Withings (connue pour sa balance connectée mais aussi son tensiomètre ou son babyphone) et Netatmo (avec sa station météo), ont été récompensées lors du Consumer Electronic Show (CES) de 2013, la grand-messe mondiale de l'électronique grand public.

Les plates-formes de financement participatif

(Kickstarter, MyMajorCompany...) permettent à de nombreuses start-up d'inventer des objets ambitieux qui s'imposeront peut-être dans la maison de demain, à l'image de la brosse à dents connectée Kolibree (qui analyse vos brossages, indique la quantité de tartre éliminée et pointe les zones pas suffisamment nettoyées) ou d'Alima, un appareil composé d'un ensemble de capteurs qui mesurent en continu les sources de pollution dans la maison (particules fines, CO₂, humidité...). Un écosystème qui pourrait encore grandir si le gouvernement arrive à créer une « Silicon Valley à la française », en discussion depuis deux ans. ■

S.R.



Autour de sa ThomBox, Avidsen, petite entreprise tourangelle, a développé une centaine de modules compatibles.
© Thomson

Domotique

Selon le CNRS, le mot vient de la contraction de *domus* (« maison », en latin) et de télématique (technique qui associe l'informatique et les télécommunications). Il désigne aujourd'hui les systèmes techniques qui intègrent à l'habitat tous les automatismes en matière de gestion de l'énergie, de sécurité, de communication et de confort. On parle aussi de « smart home », de « maison intelligente » ou de « maison connectée ».

80 milliards d'objets

seront connectés en 2020, selon une étude du think tank européen Idate, réalisée en 2013, contre « seulement » 15 milliards aujourd'hui. 85 % seront des objets connectés directement à Internet ou via un terminal intermédiaire type cloud, 11 % seront issus des terminaux communicants comme les smartphones et 4 % viendront du M2M (*machine to machine*).

Blogs à part

- Domotique info, domotique-info.fr
- Maison et domotique, maison-et-domotique.com
- My domotique, my-domotique.com/store/index.php
- Toute la domotique, touteladomotique.com
- Abavala, abavala.com

QUELQUES CONSEILS POUR S'ÉQUIPER

Difficile de s'y retrouver dans la jungle des offres domotiques. « Il n'existe pas de solution type. Selon ses besoins, son budget, son type d'habitation et ses usages, chacun va opter pour un équipement différent », explique François-Xavier Jeuland, le président de la Fédération française de domotique. Le choix de l'installation (filaire ou sans fil), le protocole choisi, le recours ou pas à une box (idéale pour les locataires) vont dépendre de nombreux facteurs, à commencer par le budget. Pour s'y retrouver et

se tenir au courant des dernières évolutions, de nombreux blogs indépendants, très complets et pédagogiques, testent toutes les solutions du marché et fournissent de précieux conseils aux novices.

Parmi les plus importants : Maison et domotique, Abavala, Toute la domotique, Domotique info... Le site de la Fédération française de domotique (www.ffdomotique.org) dispose d'un annuaire qui recense un certain nombre de boutiques, de bureaux d'études, de fabricants, d'installateurs agréés et de spécialistes, partout en France. ■ S.R.

■ Suite de la p. 5 du marketing chez Schneider Electric, l'un des grands groupes leaders du marché.

Selon la Fédération française de domotique, l'essentiel du marché des particuliers est dominé par les solutions filaires, de grande qualité car plus fiables que les solutions sans-fil. Mais cette domotique-là reste coûteuse et intrusive - il faut faire passer les câbles dans les murs -, et s'installe idéalement en amont, lors de la construction de la maison. « Equiper une maison de 100 mètres carrés avec des dispositifs intelligents pour la sécurité, l'éclairage et le confort coûte en moyenne autour de 10 000 euros. La fourchette de prix peut aller de 5 000 euros pour une installation de base, à 50 000 euros, voire au-delà pour ceux qui achètent du très haut de gamme », explique Patrice Rogemont, le gérant de La maison de la domotique.



Avec ses stations météo et autres thermostats, Netatmo envahit peu à peu nos maisons.
© NETATMO / MASAKI OKUMURA



Partout en France, des PME de ce genre, très actives sur la Toile, proposent des solutions domotiques sur mesure en s'appuyant sur des partenariats avec les fabricants. De fait, la domotique séduit surtout des clients avec un fort pouvoir d'achat. « La clientèle traditionnelle se compose essentiellement de CSP+, attirés par le confort plus que par les économies d'énergie et la sécurité », confirme Stéphane Maujean, responsable des divisions de l'éducation et du multimédia chez Crestron Electronics, le leader mondial des automatismes résidentiels.

LES GRANDS GROUPES PASSENT À L'ATTAQUE

Tout l'enjeu consiste donc à basculer d'un secteur de niche au *mass market*. Si les grands acteurs industriels traditionnels (Schneider, Rexel, Crestron...) privilégient les chantiers neufs et le haut de gamme, de nombreux nouveaux acteurs se lancent dans la domotique de monsieur Tout-le-monde, avec l'espoir d'y trouver des relais de croissance. Les fabricants ont cru trouver la « porte d'entrée » idéale avec les box. Le principe : connecter grâce à la technologie sans fil les multiples petits appareils répartis dans l'ensemble de la maison avec un boîtier central, que le pro-

priétaire pilote depuis son ordinateur, sa tablette ou son smartphone.

Pour l'heure, ce marché émergent est dominé par des PME comme Zodianet (avec sa box Zibase) ou encore Connected objects (eeDomus), ainsi que par les box de grands groupes de bricolage (la Blyss-Box de Castorama) et de l'électronique grand public (la SomfyBox de Somfy, la ThomBox de Thomson).

Mais l'arrivée imminente des opérateurs télécoms risque de chambouler le paysage. SFR, Orange et Bouygues veulent profiter du succès de leur box ADSL pour introduire une bonne fois pour toutes la domotique dans la maison. Y compris chez les 47% de Français locataires de leur logement, qui ne veulent pas installer du matériel qu'ils ne pourront emporter... Leurs arguments sont nombreux. « Nous avons l'expertise technologique et technique des solutions sans fil, des techniciens spécialisés répartis dans un réseau dense d'agences commerciales, l'expérience du contact direct avec le client, la crédibilité comme acteur de la maison et une grande puissance de frappe en termes de communication », résume Martin Kaiser, directeur marketing et de la prospective des nouveaux services chez Bouygues.

L'entreprise propose déjà des services domotiques depuis 2011, via la plate-forme B-Box et son partenariat avec la start-up

Ijenko, qui commercialise une box dédiée au suivi énergétique. Mais elle devrait enfin toucher le grand public avec sa B-Home, une box « quintuple play » (Internet, téléphone fixe, vidéo, téléphone mobile, domotique) sous forme d'abonnement mensuel. SFR (avec son service Home by SFR depuis 2012, en partenariat avec LeGrand) et Orange (avec sa box « Smart Home », commercialisée dès cet été) sont aussi sur les rangs pour proposer des solutions domotiques faciles à installer et abordables. Idéal pour toucher un large public de novices en matière de domotique, qui n'a pas été séduit par les box existantes.

Enfin, les géants de l'informatique type Google veulent eux aussi se rendre indispensables dans la maison de demain. En rachetant pour 3,2 milliards de dollars la start-up Nest, qui a trouvé le succès grâce à son thermostat connecté, la firme californienne réaffirme de manière fracassante son ambition dans les objets connectés de l'habitat.

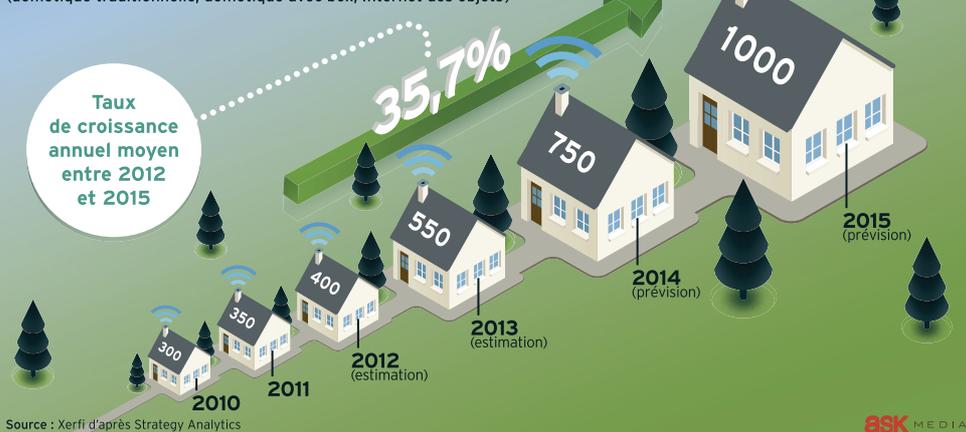
Il faudra aussi compter avec les mastodontes de la téléphonie. Apple et Samsung pourraient bien profiter de leur position de leaders sur les smartphones et les tablettes, indispensables pour piloter les équipements domotiques, pour réaliser des partenariats juteux auprès des fabricants. Apple se réserve, par exemple, la capacité de refuser la diffusion des applications gratuites permettant le fonctionnement des objets connectés de fabricants récalcitrants... De son côté, Samsung a carrément décidé de se lancer lui aussi dans le business des objets connectés, à l'image du Galaxy Gear, une montre-bracelet qui ne fonctionne qu'avec des smartphones Samsung.

Le marché de la domotique vit donc une réorganisation profonde. « Entre les acteurs traditionnels type Legrand et Schneider, les enseignes de bricolage comme Leroy Merlin et Castorama, les opérateurs de service, les télécoms, les généralistes comme la Fnac, les leaders de l'informatique, et bien sûr tout un écosystème de start-up et de PME qui créent de nouveaux produits, on peut dire que la domotique grand public est aujourd'hui un immense chantier », sourit le président de la Fédération française de domotique.

Le seul point commun entre tous ces acteurs ? La croyance inaltérable d'être assis sur une véritable mine d'or. ■

Un marché en plein essor

Marché de la maison intelligente, en millions d'euros
(domotique traditionnelle, domotique avec box, Internet des objets)



PLUS D'INFORMATIONS SUR LATRIBUNE.FR

INTERVIEW

Benoît Watrigant, directeur digital et e-commerce chez Legrand

« L'arrivée de nouveaux acteurs est une chance »

Benoît Watrigant est directeur digital et e-commerce chez Legrand, l'un des leaders dans la fabrication de matériel électrique et d'automatisme.

LA TRIBUNE - Toutes les études promettent à la domotique un grand succès dans les années à venir. Comment expliquez-vous ce phénomène ?

BENOÎT WATRIGANT - Le marché et les mentalités semblent enfin mûrs pour que la domotique touche un public plus large. Mais la domotique d'aujourd'hui n'est pas celle d'il y a vingt ans. Avant, le mot désignait l'automatisation des tâches répétitives et rébarbatives du quotidien : fermer les volets en appuyant sur un bouton, éteindre toutes les lumières en une seule fois... Depuis quelques années, il recouvre une tout autre réalité. Il ne s'agit plus seulement de rendre le quotidien plus agréable, mais de contrôler son environnement grâce à des objets connectés entre eux. Le rôle des smartphones puis des tablettes dans cette évolution est considérable car ces nouveaux outils per-

mettent à l'utilisateur de gérer de manière très simple, parfois à distance, sa maison, sa sécurité, son équipement électroménager ou sa consommation d'énergie. Les objets sont rendus intelligents grâce à la programmation logicielle que nous fournissons. Pour les fabricants de matériel électrique et d'automatismes comme Legrand, la domotique est un prolongement naturel de nos activités. Lorsque je suis arrivé dans l'entreprise il y a quinze ans, on en parlait déjà.

Justement, de nombreux nouveaux acteurs se mettent à concevoir et à commercialiser des offres domotiques. En tant qu'acteur historique, comment vivez-vous cette concurrence ?

Le marché est en pleine transition. Tout le monde a compris que la domotique représentera un formidable levier de croissance. Ces acteurs contribuent à construire le business model en portant de nouveaux services, comme l'aide à la personne, le maintien à domicile... C'est une chance car ils élargissent le marché et touchent de nouveaux publics. Mais nous ne nous sentons pas menacés car chacun garde son expertise.

Les télécoms, par exemple, ont une carte à jouer pour démocratiser la domotique. Leur force est leur relation avec 60 millions de consommateurs, qui payent une facture chaque mois pour un ensemble de services qui comprendront demain la domotique. En revanche, leur modèle économique s'appuie sur leur capacité à proposer des solutions de base, simples d'in-

tégration et de mise en œuvre. Ils n'ont pas forcément la légitimité et la crédibilité au niveau technique.

L'avenir se joue donc dans la capacité des acteurs traditionnels à conclure des partenariats avec ces nouveaux opérateurs de services ?

Pas seulement, car il y a plusieurs marchés dans la domotique. Nous gardons la main dans l'imotique [l'équipement domotique pour le tertiaire et l'industrie, ndlr] et dans le haut de gamme, qui représente encore l'essentiel du marché des particuliers. Mais nous sommes aussi intéressés par la domotique grand public. C'est pourquoi Legrand a établi un partenariat avec SFR. Nous fournissons les solutions de contrôle des ouvrants et de l'éclairage incluses dans leur pack domotique Home by SFR. Nous travaillons avec les téléassistants (Présence verte, Europe assistance...) qui font appel à nous pour leurs produits dédiés aux personnes âgées et dépendantes. Nous équipons aussi les enseignes de bricolage comme Leroy Merlin ou Castorama. Ces nouveaux acteurs sont des canaux alternatifs, qui viennent s'ajouter à nos canaux traditionnels : les distributeurs professionnels, les installateurs, les électriciens...

Les Français considèrent toujours la domotique comme un gadget technologique très onéreux. Comment faire évoluer les mentalités ?

Laisser entrer les nouvelles technologies dans son quotidien peut effrayer. Beaucoup de gens n'ont pas envie d'automatiser



© DRP

leur vie. Ils gardent en tête des références comme la maison imaginée par Jacques Tati dans *Mon oncle* [film de 1958 qui dénonçait la fascination pour les gadgets technologiques].

En réalité, c'est exactement l'inverse : la domotique libère l'individu de certaines contraintes du quotidien et lui permet de mettre la technologie au service de son bien-être, pas d'être esclave de la technologie. Les fabricants, les opérateurs de services, les installateurs doivent mener un travail de pédagogie pour convaincre les réticents. Chez Legrand, plusieurs lieux d'exposition, situés à Limoges et à Pantin, se chargent de faire découvrir la domotique aux clients. L'image qu'ils en ont change du tout au tout lorsqu'ils découvrent ce qu'elle apporte. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVAIN ROLLAND

DES PROFESSIONNELS TRÈS INTÉRESSÉS

La domotique deviendra un « mass market » lorsque monsieur Tout-le-monde sera équipé de la dernière station météo à la mode et d'une box domotique. En attendant, le secteur vit surtout grâce aux professionnels du tertiaire et de l'industrie. Selon une étude du cabinet BSRIA, les particuliers ne représentent qu'environ 30% du chiffre d'affaires, en France et en Europe. « *Équiper 2000 mètres carrés de bâtiments rapporte beaucoup plus qu'une maison* », souligne Stéphane Maujean, cadre chez Crestron.

L'objectif numéro un : réaliser des économies d'énergies. « Les entreprises et

les bâtiments publics sont des lieux énergivores où les gens ne font pas forcément attention au gaspillage. Notre expérience montre que la consommation baisse de 30% à 40% dans les bâtiments équipés », indique Bruno Capdordy, directeur marketing chez Schneider Electric. Les collectivités locales sont aussi de plus en plus nombreuses à équiper leurs nouveaux bâtiments, notamment les écoles. Une initiative qui s'inscrit dans les nouvelles normes environnementales, notamment la législation RT 2012, qui a pour objectif de limiter la consommation d'énergie primaire de tous les bâtiments neufs depuis le 1^{er} janvier 2013. ■ S.R.



La multiplication des écrans mobiles contribuera aussi à la montée en puissance des usages domotiques. © SFAM PHOTO / SHUTTERSTOCK.COM

LA DOMOTIQUE, PILIER DE LA SILVER ECONOMY

B alisage lumineux au sol pour aider grand-père à se déplacer la nuit, allumage et extinction automatique des lumières, gestion télécommandée des volets, capteurs qui détectent les chutes et donnent l'alerte... Voici quelques exemples de solutions domotiques à destination des personnes âgées et dépendantes, qui ont vu le jour ces dernières années. Et ce n'est qu'un début. Du fait du vieillissement de la population, la question de l'autonomie des anciens se pose comme un enjeu de société majeur. Selon un rapport sur la « silver economy » remis en décembre dernier au gouvernement, le nombre de personnes de plus de 60 ans devrait croître de 80% d'ici à 2035 (lire *La Tribune Hebdo* n° 84, du 28 mars 2014). Un Français

sur trois fera alors partie de cette population vieillissante. « La demande de produits et de services liés à l'autonomie devrait doubler », précise le rapport. Dans ce contexte, la domotique a une belle carte à jouer. « Les Français souhaitent vieillir et mourir chez eux. 90% des seniors vivent à leur domicile, seuls 10% sont dans des établissements », souligne Alain Rosetti, le président du Salon Silver Economy et du Salon des services à la personne, qui se tiendront du 4 au 6 décembre à Paris.

Pour l'heure, le marché de la silver economy reste embryonnaire en France, alors qu'il croît de 12% chaque année aux États-Unis. Mais de plus en plus d'entreprises se lancent ou se reconvertisent dans

ce secteur porteur. Lancé en 2013, le pilulier intelligent MedSecure, par exemple, vérifie non seulement la prise de médicaments, mais il alerte aussi en cas d'erreur ou d'oubli via un bip, des signaux lumineux ou des messages destinés à la famille. « L'intégration de réseaux domotiques, au carrefour du numérique, de l'automatisme, de la robotique, de l'informatique et des objets connectés, va favoriser l'autonomie le plus longtemps possible, tout en rassurant les familles », résume François-Xavier Jeuland, président de la Fédération française de domotique.

La « silver domotique » intéresse aussi les collectivités locales et les bailleurs sociaux. De plus en plus de projets intègrent des sociétés domotiques lors de la construction et

l'aménagement de résidences pour le quatrième âge et les handicapés. À l'appel du bailleur Les Chalets, la PME toulousaine Domo Center, spécialisée dans la domotique depuis huit ans, vient ainsi d'équiper une résidence de 24 logements, dont 9 spécialement adaptés pour des personnes âgées ou handicapées, avec des systèmes innovants, comme une télécommande universelle pour piloter l'ensemble du logement (volets, éclairages, télé...) et des capteurs qui reconnaissent la personne et anticipent l'ouverture des portes. « La domotique ne remplacera jamais la présence humaine, précise Hervé Agnan, le directeur de Domo Center. Mais elle peut contribuer à rendre la vieillesse et le handicap moins pénalisants ». ■ S.R.