

Qu'est-ce que c'est?

L'Internet des Objets (IoT) désigne les objets connectés à Internet, capables de recevoir ou émettre de la donnée pour la réalisation d'un service supplémentaire à la fonction initiale de l'objet (on peut donc parler de « smart objects » ou « objets augmentés »). L'IoT impacte les objets de consommation courante (accessoires, électroménager, etc.) mais également l'industrie et les services (machines connectées, robotique, etc.)

Des entreprises pour vous accompagner

Sigfox, Orange, Objenious et cabinets de consulting (ex: Visiativ).

Influenceurs à suivre

Nicolas Lesconnec, Benjamin Cabé, Cedric Hutchings.

3 entreprises qui utilisent cette techno

iRobot- Commercialise **Roomba**, un robot aspirateur qui se déplace dans la maison en détectant les espaces et les murs grâce à ses capteurs. Il envoie ses données via wifi sur une app mobile.

Enedis- avec **Linky**, un compteur connecté qui fait un relevé horaire de consommation. Cela permettrait de moduler le prix et d'offrir des services en fonction de la consommation.

PTC, fournisseur de solution d'IoT industriel (IIoT). PTC équipe les entreprises manufacturières en objets connectés et logiciels pour un meilleur contrôle de la production.

Quel impact business?

- Innovation (valeur client) : l'IoT permet d'ajouter des services aux produits. Ces services deviennent même centraux à la proposition de valeur. Ex: une voiture est maintenant un « ordinateur sur roues », signifiant que ce sont les services connectés qui donnent sa valeur à la voiture - plutôt que sa carrosserie ou son moteur.
- Management du cycle de vie du produit (PLM) : les objets connectés permettent un suivi de bout en bout, des matières premières au SAV.

Ressources nécessaires

Ressources organisationnelles :
- un sujet qui doit être porté de façon transverse au codir (DSI, métiers, juridique) : y a-t-il des opportunités IoT ? En production ou côté clients?

Ressources financières :
- frais de R&D.
- frais d'accompagnement par cabinet de consulting.

Facteurs-clés de succès et pièges à éviter

Facteurs-clés de succès
- mener une étude de marché solide pour s'assurer que le service apporté par l'objet connecté apporte une valeur centrale au client.

Pièges à éviter
- ne pas faire du « Internet of Shit » : des objets gadgets, et mal sécurisés.