

juillet 2016

Gifec

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Organismes professionnels](#)

Les rencontres 2016

« Objets connectés et enjeux de l'industrie du Futur » servait cette année de fil rouge à l'édition 2016 des rencontres biennales avec la distribution organisées par le Gifec, tenue le 8 juin à Paris.

Si le thème des 14èmes Rencontres du Gifec (Groupement Interprofessionnel de Fabricants pour l'Etude de la Commercialisation) était bien ancré dans notre siècle marqué par l'avènement de nouvelles technologies choisies cette année comme thème de réflexion par le groupement, le très beau Collège des Bernardins dans lequel se tenait la manifestation faisait faire à ses participants, auquel le lieu fut présenté par son directeur, un bond de huit siècles en arrière. Des participants qui étaient précisément au nombre de 184 (111 représentants des fabricants, 54 représentants de la distribution et 19 invités) «un chiffre qui correspond à un taux de participation de 92% par rapport aux inscrits », précise Nadine Dagonneau, secrétaire général du Gifec, un pourcentage qui traduit l'intérêt que suscite régulièrement cette soirée d'échanges entre fabricants et distributeurs de la filière Industrie si l'on considère que ce 8 juin était un jour de grève des transports. Ouverte par les deux co-présidents du Gifec, Philippe Chevalier (NTN-SNR) et Thierry Delmas (Paulstra) qui souhaitèrent la bienvenue aux participants rassemblés dans le grand auditorium du Collège, la soirée se poursuivit par une conférence au cours de laquelle des interventions entrecoupées d'intermèdes humoristiques ont décliné le thème des objets connectés en trois volets : "Vont-ils changer notre vie ?", "La Renaissance 2.0" et "De nouveaux outils au service de l'industrie du futur".

Fascination, réticences et révolution industrielle

Au cours de la première partie de cette conférence, Rémy Oudghiri, DGA de Sociovision et animateur d'une équipe de sociologues a livré les résultats d'une étude visant à cerner les attentes du grand public en matière d'objets connectés dont le nombre, selon certaines prévisions, serait à travers le monde de plusieurs milliards à l'horizon 2020. Les potentiels de vente les plus élevés de ces objets provoquant à la fois une certaine fascination mais aussi des craintes liées notamment à la perte de confidentialité des données et à la possibilité de fraude, résideraient selon les résultats de cette étude dans la santé et le bien-être, la maison, la voiture et la sécurité personnelle.

Succédant à ce premier conférencier, Idriss Aberkane, jeune chercheur, penseur et éditorialiste, a ensuite livré son sentiment sur la révolution que nous vivons depuis l'invention de l'ordinateur. Comme ce fut le cas selon lui de toute révolution technique, les objets nés de l'informatique passeront d'abord pour être ridicules, puis dangereux avant que n'éclate l'évidence de leur utilité. Sans nier les éventuels risques que peuvent présenter les objets connectés, le conférencier a ensuite émis l'idée qu'ils peuvent aussi aider les hommes de se reconnecter à la Nature qui produit des systèmes interconnectés plus performants sans doute que tous ceux que l'Homo sapiens ne pourra jamais inventer.

La parole fut ensuite donnée à Christophe de Maistre, Président de la filiale française de Siemens. A travers des exemples de process mis en œuvre dans des unités de production du groupe

Siemens, le leader mondial du marché de l'automatisme industriel, M. de Maistre a parlé très concrètement de la digitalisation avec notamment la conception virtuelle et la numérisation des données, mettant en évidence le fait qu'après l'utilisation de l'énergie hydraulique et fossile, celle de l'énergie électrique qui a permis la production de masse puis, plus près de nous, la robotique, la digitalisation représente la quatrième révolution industrielle.

En clôture à ces interventions, les co-présidents du Gifec ont évoqué l'importance de prendre toute la mesure des nouveaux enjeux de l'industrie de l'usine du futur, incité les fabricants et les distributeurs présents à avoir une approche commune sur ce sujet, et rappelé que la qualité première d'un distributeur, qui doit être force de proposition, tient à sa capacité à dispenser à sa clientèle des informations sur les nouveaux produits.

DT

Les objets connectés : les clés du développement du marché

En dépit des réticences qu'ils peuvent susciter et des freins à l'achat existant, le marché des objets connectés peut se développer en tenant compte des opportunités suivantes :

1 axe de développement privilégié : la sécurité

2 secteurs porteurs : la santé et la maison

3 cibles potentielles représentant au total 58% de la population :

- les « enthousiastes » (27%), une population plutôt jeune et masculine qui a confiance dans l'avenir mais a des moyens financiers limités
- les « ambivalents » (19%), une population au plus fort pouvoir d'achat que la catégorie précédente mais qui éprouvent certaines réticences vis-à-vis des objets connectés
- les « control Freaks » (12%), qui veulent avoir le contrôle de toutes les situations

leviers majeurs

- Jouer la légèreté et la liberté (vs l'activité)
- S'ancrer dans l'économie collaborative et le partage (vs contre la performance individuelle)
- Proposer un ami de la vie privée (vs un robot de gardiennage)

(Extrait d'une étude Sociovision)