

Fnac et Intel : les coulisses d'une association au profit de l'innovation hardware française

L'innovation hardware, à travers l'arrivée massive des objets connectés, souhaite séduire le grand public. Une tendance détectée depuis quelques années déjà, notamment lors de salons comme le CES de Las Vegas, le CeBIT à Hanovre ou l'IFA de Berlin. Seul écueil relevé à ce jour dans cette industrie : la difficulté pour les entrepreneurs d'arriver sur le marché et rapidement.

Temps de lecture : minute

8 février 2016

Kickstarter ou Indigogo sont deux plateformes de financement participatif très prisées des startups hardware, qui souhaitent tester leur marché et remplir les premières lignes d'un carnet de commandes encore vierge de toute écriture. Une fois la campagne bouclée, les premiers effets du succès se font généralement ressentir dans les équipes, pour qui l'étape de production à grande échelle est un test grandeur nature.

" Industrialisation de la production et distribution sont généralement peu maîtrisées par les startups d'objets connectés. Un accompagnement des entrepreneurs est critique pour se lancer sur le marché du grand public " , explique Katell Bergot, Sales Director Hardware pour la Fnac.

La Fnac, partenaire identifié sur le terrain des objets connectés

Très rapidement, le groupe français s'est intéressé à cette thématique. " *Nous sommes le premier retailer français à avoir ouvert un univers Objets Connectés en septembre 2013* " , rappelle Katell Bergot, dont le métier est d'augmenter l'offre IoT en magasin. L'enseigne a d'ailleurs construit des relations très fortes avec des marques comme Parrot, Withings ou Fitbit il y a quelques années, pour les placer dans ses rayons et présenter les premiers objets connectés grand public.





" Trop nombreux sont les projets qui restent au stade de prototype. La vision technique est souvent une partie maîtrisée par les équipes, mais il faut dès le début penser à l'industrialisation et à la production. Et adapter la partie technique en conséquence " , remarque Florence Peutin, Retail Marketing Manager pour Intel. Le groupe américain dispose en France de centres R&D à la pointe, notamment à Toulouse et en région parisienne, et représente également un soutien de poids pour l'industrie des Makers et des Fablabs.

Fnac et Intel, un mariage connecté et plein de bon sens pour accélérer le " French Go-To-Market "

Pour Intel, les objets connectés ne sont pas un phénomène nouveau, notamment à travers des technologies embarquées développés par les ingénieurs du groupe depuis de nombreuses années. A l'occasion du CES 2104, Intel et la Fnac entament une réflexion autour d'une démarche

commune sur l'IoT. 12 mois plus tard, lors du même salon, les mêmes équipes jettent les premières bases d'un programme commun incluant l'accompagnement technologique d'Intel, l'accompagnement marketing et commercial de la Fnac. Pour lancer leur événement, les équipes de la Fnac et d'Intel vont à la rencontre des startups à travers la France : à Lille (Euratechnologie), Angers (Cité de l'Objet Connecté), Toulouse (IoT Valley) et Paris (Usine IO).



Forte de l'expérience de la première édition du concours, la Fnac est convaincue de la nécessité d'aller plus loin dans l'accompagnement, et de s'associer à un leader technologique, comme Intel. " *Les projets IOT sont des projets complexe; il est nécessaire de porter la casquette d'ingénieur, marketeur et aussi de designer* " , constate Florence Peutin. " *Le partenariat que nous avons sur cette seconde édition relève du bon sens pour accompagner les entrepreneurs* ".

Maddyness, partenaire média du Prix Startup Fnac

Article écrit par Maddyness