

# Comment les Frenchies de l'IoT veulent conquérir l'Asie

---

**De Taïwan au Japon, les startups françaises de l'IoT espèrent bien séduire des consommateurs asiatiques très technophiles et particulièrement friands d'objets connectés. Pour cela, elles misent sur des technologies à bas coûts et dont les usages ont été pensés spécifiquement pour le marché local.**

Continent technophile s'il en est, l'Asie est logiquement une terre de conquête des startups françaises de l'IoT. « *L'Internet des objets suscite beaucoup de promesses en Asie mais il n'est pas encore largement déployé* », constate Philippe Chiu, cofondateur d'Unabiz, installée à Singapour et Taïwan depuis un an. Pourtant, consommateurs comme entreprises ont une appétence toute particulière pour les objets connectés et les usages qui en découlent.

D'abord, « *la technologie reste trop chère* », souligne Philippe Chiu. C'est pourquoi Unabiz, qui en plus de concevoir des objets connectés est également opérateur d'un réseau dédié à l'IoT, souhaite « *industrialiser l'IoT parce que la massification du réseau fera automatiquement baisser les coûts* ». Allié à Sigfox, qui est un actionnaire minoritaire d'Unabiz à Singapour, la jeune pousse a obtenu le premier agrément d'opérateur sans carte Sim à Singapour et à Taïwan. Parallèlement, elle noue des partenariats avec une myriade d'entreprises de manufacture à Taïwan pour réduire au maximum le coût des objets connectés qu'elle commercialise.

## **Penser l'intégration à WeChat, le géant chinois**

Résultat : l'UnaBell, le bouton connecté que la startup propose en B2B2C aux entreprises pour renouer le contact avec leurs clients, est facturé entre 1 et 4 euros par mois. Il permet aux entreprises d'associer au bouton une action

récurrente : l'appel au service client si le produit tombe en panne ou une nouvelle commande lorsqu'un produit arrive à épuisement, par exemple. Une façon de soulager leurs clients de démarches fastidieuses.

Mais les startups françaises de l'IoT sont également attentives à ce que leurs produits correspondent au marché local. Ainsi, après avoir lancé Niu, son propre bouton connecté, en France, la startup Nodon vient d'en lancer la commercialisation en Chine. « *Dans un pays où WeChat compte 850 millions d'utilisateurs, il est nécessaire d'imaginer des usages spécifiques à la Chine* », souligne Thomas Gauthier, CEO de Nodon. Et notamment en lien avec le mobile, que les jeunes Chinois ne quittent pas : partage de contenus, envoi de messages prédéfinis, commande d'un taxi ou paiement mobile. Toutes ces actions pourraient être réalisées d'une simple pression du bouton Niu, configuré auparavant.

## **Une présence visible dans les grands événements Tech**

Conscients de leur avance, les Frenchies de l'IoT veulent accélérer dans la région pour asseoir leur leadership dans le secteur. Après s'être implanté à Singapour - « *la vitrine du monde technologique* », qui veut déployer 100 millions d'objets connectés d'ici l'année prochaine - et Taïwan - le centre névralgique de la manufacture informatique mondiale - Unabiz lorgne désormais sur les pays d'Asie du Sud-Est. De son côté, Sigfox a déjà déployé son service au Japon.

Pour donner plus de visibilité à leurs solutions, les startups françaises misent notamment sur les grands rendez-vous Tech régionaux : Unabiz a participé sous la bannière French Tech à Innovex, le salon dédié aux startups du forum Computex, tandis que Nodon se rend cette semaine au CES Asie et Pacifique qui se tient à Shanghai. Des événements qui devraient mettre en lumière l'expertise des Frenchies et leur assurer un bel avenir dans la région.