

Comment Leroy-Merlin avance ses pions dans la maison connectée ?

Cinq ans après le lancement d'une offre dédiée à la domotique sous la marque Enki, Leroy Merlin continue ses efforts de démocratisation de la maison connectée autour de trois axes : l'utilité, l'accessibilité et la sobriété. Pour cela, l'enseigne se positionne au coeur d'un écosystème dans lequel doivent collaborer fabricants, acteurs de la tech, startups...

Temps de lecture : minute

16 mai 2023

"Dans tous les pays, on voit que les produits "smart" commencent à s'installer dans la maison, à une vitesse plus ou moins rapide. Les États-Unis sont en avance et en Europe, ce sont plutôt les pays du Nord qui tirent le marché. Mais on est encore au stade de l'évangélisation", explique Laurent Glaser, le directeur stratégie et prospective Maison Connectée de [Leroy Merlin](#).

La crise, un accélérateur d'usages ?

Pour lui, le marché de la maison connectée ne pourra véritablement décoller que lorsqu'il aura coché trois cases : la simplicité d'usage, l'utilité au quotidien et la fiabilité. Trois conditions à remplir pour que les objets connectés soient adoptés par toute la famille. Trois conditions qui impliquent que les différents acteurs du "smart home" avancent de concert, pour assurer l'interopérabilité de leurs produits.

Si la vision d'une maison entièrement connectée et commandée à la voix,

de la porte d'entrée aux volets en passant par l'éclairage ou le chauffage, n'a pas encore été totalement adoptée par le grand public, les ventes - et a fortiori, les usages - se développent. Il faut dire que la crise écologique et l'inflation bénéficient à certains segments du marché. *"Sur le chauffage, il y a un réel impact pour les habitants en termes de confort et de réduction de la facture d'énergie. Rapidement, sur ce segment, on va passer le cap des 50 % de produits vendus nativement "smart"*, prédit Laurent Glaser.

Une proximité "maximale" avec les équipes de Leroy Merlin

Pour accompagner la révolution en cours dans l'habitat, Leroy Merlin a mis en place une entité dédiée à la maison connectée dès 2017 et présenté un premier produit en 2018 : la box Enki, un boîtier relié à une application pour centraliser les différents objets connectés de la maison, quel que soit l'usage (éclairage, chauffage, motorisation, sécurité...). 25 marques et 500 produits sont aujourd'hui compatibles avec la solution. Pour l'instant, c'est l'éclairage qui reste l'usage le plus démocratisé : plus d'un compte client Enki sur deux a connecté au moins une ampoule.

Au total, 90 personnes - dont 80 % de développeurs - travaillent actuellement sur le sujet, au sein de l'entité Enki. *"Nous avons une proximité maximale avec Adeo [maison-mère de Leroy Merlin] pour être au plus près des équipes, des clients et des usages observés sur le site et en magasin"*, souligne Laurent Glaser.

Collaborer pour démocratiser la maison connectée

Cette entité développe les produits Enki et collabore avec les différentes marques propres du groupe Adeo, Lexman (alarmes, ampoules,

télécommandes, accessoires de sécurité...) en tête. *"Nous travaillons également avec les industriels et les marques leaders du marché. Il s'agit d'un écosystème très ouvert dans lequel personne ne se considère comme concurrent : c'est tous ensemble que nous pouvons faire ce travail d'évangélisation"*, souligne Laurent Glaser.

Le directeur stratégie et prospective Maison Connectée de Leroy Merlin met également l'accent sur la multiplicité des partenaires de l'écosystème : outre les marques traditionnelles du marché de l'habitat, il faut aussi compter avec les GAFAs, les partenaires de terrain pour la pose et la programmation des équipements chez les particuliers, ainsi que les nombreuses startups qui se concentrent sur des usages précis, comme la gestion de l'énergie. Cet enjeu de l'efficacité énergétique est d'ailleurs un point central de la stratégie de Leroy Merlin, qui compte bien explorer à l'avenir de nouveaux types de partenariats pour y répondre.



À lire aussi

Fairmat séduit Décathlon avec sa fibre de carbone recyclée

Article écrit par Benoit Zante