



Le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport

**Montres, balances, tensiomètres, lecteurs de glycémie et traqueurs
d'activité : perspectives et jeu concurrentiel d'ici 2016**

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Flavien Vottero
Directeur d'études
Xerfi-France

Edition : Février 2015 - 140 pages

Le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport

Montres, balances, tensiomètres, lecteurs de glycémie et traqueurs d'activité : perspectives et jeu concurrentiel d'ici 2016

Un marché de masse à l'horizon 2016 ?

Tensiomètres connectés, traqueurs d'activité, balances intelligentes, etc. : les objets connectés et leurs milliers d'applications pour *smartphones* envahissent progressivement l'univers du bien-être et de la santé. Mais pour devenir un marché de masse, ces produits innovants devront prouver qu'ils peuvent être bien plus que de simples gadgets. Un défi que la montre connectée semble en passe de relever en s'imposant à la fois comme un objet multi-usages et un bijou technologique. Ce potentiel succès pourrait avoir de lourdes conséquences sur le paysage concurrentiel. Quelle place en effet pour les bracelets connectés face à des montres aux fonctions plus généralistes ? Quel avenir pour les spécialistes des objets connectés (Withings, Fitbit, Misfit) dans une compétition mêlant fabricants de montres, de dispositifs médicaux et d'appareils électroniques grand public ? **Pour vous éclairer, Xerfi vous propose ses prévisions sur la taille du marché et le paysage concurrentiel à l'horizon 2016 ainsi que les facteurs clés de succès pour les spécialistes des objets connectés.**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2016**
Valorisation du marché des objets connectés pour le bien-être et le sport, dynamique et chiffres clés par segment de marché, évolution des ventes de montres connectées d'ici 2016, etc.
- **Tous les éléments et les chiffres pour comprendre l'évolution de la demande**
Moteurs et freins structurels, *quantified self*, évolutions technologiques, pratique du sport, perception des Français pour les objets connectés, etc.
- **Les facteurs clés de succès pour les spécialistes des objets connectés**
Positionner les traqueurs d'activité comme un accessoire de mode, élargir les canaux de distribution et mettre en place de nouveaux modèles économiques de revenus, être un acteur clé de l'écosystème de la e-santé, etc.
- **Le panorama des acteurs et l'analyse prospective du jeu concurrentiel**
Positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, meilleures ventes, forces et les faiblesses des 4 principaux profils d'opérateurs, scénario Xerfi d'évolution du paysage concurrentiel à moyen terme, etc.

Téléchargez
immédiatement
cette étude sur
www.xerfi.com

avec le code étude
5EEE15



« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Nos prévisions

Xerfi vous propose une estimation exclusive de la valeur du marché des objets connectés pour le bien-être et le sport en 2014 ainsi que ses prévisions pour 2016. Vous trouverez ainsi tous les chiffres pour comprendre la dynamique des ventes par produit. La polyvalence des usages et des fonctions des montres connectées supplantera les traqueurs d'activité. Quant au succès des dispositifs médicaux connectés d'automesure (balance, tensiomètre, etc.), il ne se démentira pas grâce à une politique commerciale offensive et de nombreuses innovations.

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. Les 9 déterminants clés du marché

2. Le marché jusqu'en 2014

- La valorisation du marché français des objets connectés pour le bien-être et le sport (estimation Xerfi)
- La dynamique du marché des objets connectés pour le bien-être : traqueurs d'activité et dispositifs médicaux connectés d'automesure (balance, tensiomètre, glucomètre, etc.)
- La dynamique du marché des objets connectés pour le sport (ceinture cardiaque thoracique, capteurs pour *tennis* et golfeurs, etc.)
- La dynamique du marché des montres connectées

3. Le scénario prévisionnel exclusif de Xerfi

- La valeur du marché des objets connectés pour le bien-être et le sport d'ici 2016
- Les ventes de montres connectées d'ici 2016
- La part des appareils connectés dans les ventes de montres et de dispositifs médicaux d'automesure en 2016

2. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'analyse des *drivers* structurels

- L'analyse PESTEL (facteurs politiques, économiques, socioculturels, environnementaux et législatifs)

2. Les moteurs sociologiques

- L'attrait des Français pour les nouvelles technologies, le *quantified self* et la pratique du sport

3. Les moteurs technologiques

- La baisse des prix et la miniaturisation des capteurs, l'émergence de logiciels (*big data*, *cloud computing*, etc.), l'essor des *smartphones* comme *hub* de la vie numérique

4. Les freins au développement du marché

- Le manque d'interopérabilité et le risque de gadgétisation, la sécurité des données, le piratage et l'intrusion dans la vie privée

3. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES ACTEURS ET LE CONTEXTE CONCURRENTIEL

1. Le modèle économique des acteurs

- Des investissements initiaux importants et le recours au *crowdfunding*
- Les avantages et les risques du modèle *fabless*
- Les différents modèles de source de revenus : vente traditionnelle, publicité, abonnement, valorisation des données des utilisateurs, partenariat

2. L'analyse des forces concurrentielles

- Les fournisseurs : la majorité des acteurs font le choix d'externaliser l'assemblage pour se concentrer sur les phases de R&D et de marketing
- Les clients : l'élargissement des canaux de distribution aux distributeurs d'articles de sport et aux pharmacies, la vente de produits en BtoB (comités d'entreprises, hôpitaux, etc.) et la mise en place de partenariat avec les assureurs sont les principaux axes stratégiques explorés
- Les nouveaux entrants : les spécialistes des objets connectés pris en tenaille par les acteurs de l'électronique grand public et les fabricants d'articles de sport et de dispositifs médicaux ; étude de cas de Bewell Connect par Visiomed
- La concurrence intra-sectorielle : la guerre des prix est déjà enclenchée

4. LES FAITS MARQUANTS ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

1. L'élargissement de la gamme de produits et de services :

multiplication des formes et des couleurs de traqueurs d'activité, étude de cas de l'écosystème autour des produits Withings, étude de cas de la diversification de Runastic

2. L'innovation : amélioration de l'autonomie des produits, étude de cas des Investissements d'Avenir dans le domaine des objets connectés

3. L'internationalisation : éphéméride des principaux mouvements des développements à l'international, classement des acteurs français dans la vente d'objets connectés dans l'Apple Store aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Brésil, au Japon et en Chine

Le jeu concurrentiel

Dans cette étude vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Selon Xerfi, les spécialistes des objets connectés seront de plus en plus pris en tenaille par les acteurs de l'électronique grand public et les fabricants de dispositifs d'autodiagnostic et d'articles de sport. Ces derniers bénéficient en effet d'une image de marque et de moyens financiers importants. Les *pure players* ont néanmoins une carte à jouer en misant sur la mode ou en se positionnant sur la e-santé.

Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs présents sur le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport. Parmi ceux-ci : l'élargissement de la gamme de produits et de services afin de mieux répondre à la demande des utilisateurs, l'innovation pour lever les principaux freins à l'achat (autonomie des appareils connectés), la diversification des canaux de distribution en visant notamment les pharmacies.

4. **Le marketing et le « buzz »** : adoption des codes marketing du luxe pour la vente de produits « haut de gamme », mise en place d'une plus grande proximité avec les utilisateurs grâce à une communication sur les réseaux sociaux
5. **Le design et la facilité d'usage** : mise en exergue des fonctions « *plug & play* », étude de cas de la société Eliumstudio à l'origine du design de plusieurs produits Withings

5. LES FORCES EN PRÉSENCE ET L'ANALYSE PROSPECTIVE DU JEU CONCURRENTIEL

1. Les forces en présence

- Les typologies d'opérateurs présentes sur le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport en 2014
- Les meilleures ventes d'objets connectés pour le bien-être et le sport en France en janvier 2015
- La présentation détaillée des principaux acteurs français dans le domaine des objets connectés pour le bien-être et le sport : Bodycap Medical, Cityzen Sciences, Kolibree, Medissimo, Netatmo, Runware, Withings

2. Le positionnement de l'offre des acteurs par produit

3. L'évolution du jeu concurrentiel à l'horizon 2016

- L'étude des forces et faiblesses des 4 principaux profils d'opérateurs présents sur le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport
- Les poids des 4 profils d'opérateurs dans les ventes d'objets connectés pour le bien-être et le sport en 2014 et 2016
- 4 hypothèses de jeu concurrentiel à moyen terme

6. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

1. Les spécialistes des objets connectés et des applications mobiles

- Fitbit, iHealth, Jawbone, Misfit, Netatmo, Withings

2. Les acteurs de l'électronique grand public

- Archos, Garmin, Samsung Electronics, Sony

3. Les fabricants de dispositifs d'autodiagnostic

- Terraillon

4. Les fabricants d'articles de sport

- Polar

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE (*)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| • Abott | • MobiSanté |
| • AcceleDent | • Motorola - Lenovo |
| • Adidas | • My Kronos |
| • Apple | • Netatmo |
| • Archos | • Nike |
| • Babolat | • Omron |
| • Beurer | • Oregon Scientific |
| • Bodycap Medical | • Parace Bionics |
| • Cityzen Science | • Pebble |
| • Digicare | • Polar |
| • Epson | • Push |
| • Fitbit | • Qardio |
| • Fora Care | • Runalyzer |
| • Garmin | • Runtastic |
| • Hapilabs | • Runware |
| • I-Gotu | • Samsung |
| • iHealth | • Sanofi |
| • Imaze | • Scanadu |
| • Jawbone | • Skulpt |
| • Kolibree | • Sleepow |
| • Konix | • Sony |
| • LG | • Tanita |
| • Lifescan | • Terraillon |
| • Lift Labs | • Thomson |
| • Lumo BodyTech | • TomTom |
| • Medica Technology | • Visiomed |
| • Medisana | • Wahoo Fitness |
| • Medissimo | • Withings |
| • Menarini | • X-Doria |
| • Misfit | • Zepp |

(*) Liste non exhaustive

Le médiateur du monde économique

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

Ces études pourraient également vous intéresser

■ Le marché des objets connectés (Février 2014)

4EEE16 - Perspectives, paysage concurrentiel et mutation de l'offre

■ Le marché de l'autodiagnostic (Juillet 2013)

3CHE28 - Tensiomètre, surveillance glycémique, tests de grossesse, etc : perspectives à l'horizon 2016 et panorama des forces en présence

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **5EEE15** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

BON DE COMMANDE

Réf : 5EEE15 / SPE / INT

A renvoyer à
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris
Mail : commande@xerfi.fr - Fax : 01 42 81 42 14

Le marché des objets connectés pour le bien-être et le sport

Montres, balances, tensiomètres, lecteurs de glycémie et traqueurs d'activité :
perspectives et jeu concurrentiel d'ici 2016

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

(TVA 5,5% pour le papier et TVA 5,5% pour les versions électroniques)

- ☐ en version papier-classeur (envoi par la poste) :
- ☐ en version électronique (fichier pdf) :
- ☐ les deux versions (électronique + classeur) :

1 400	EUR HT	1 477,00	TTC
1 600	EUR HT	1 688,00	TTC
1 800	EUR HT	1 899,00	TTC

A renseigner (en majuscules) :

Société :	Siret :
Nom & prénom :	Fonction :
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	E-Mail :
TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :	

Tarifs valables jusqu'au 29/02/2016. Facture avec la livraison.

Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

- ☐ chèque ci-joint
- ☐ dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :