



Radar 2021

des startups IoT B2B françaises

Novembre 2021

Wavestone



Nous accompagnons les grandes entreprises et organisations dans leurs transformations les plus critiques



**Business &
technologie**

13 bureaux
dans 8 pays



CA
418 M€

+3 500
collaborateurs



En bref



CHAPITRE 1

Présentation du radar 2021 des startups IoT B2B françaises

CHAPITRE 3

Impact de la crise Covid-19 sur les startups IoT françaises

CHAPITRE 2

Prise de recul sur l'IoT B2B en France en 2021

CHAPITRE 4

Startups à impact : nouveaux acteurs de l'IoT

Introduction



En 2020 notre Radar avait décelé une **résilience générale** des startups IoT B2B, que ce soit **face à la crise de la Covid-19**, sur leur **capacité à lever des fonds** ou encore à **décadenasser les verrous du marché** grâce à leurs innovations.

L'**allongement de la crise** de la Covid-19 a fini par avoir une conséquence négative pour certaines startups IoT : **51% des startups** interrogées remontent un **ressenti global négatif**.

Néanmoins, ce contexte a permis de faire **émerger de nouvelles opportunités** dont les startups IoT se sont saisies, telles que le **besoin croissant d'automatisation et de digitalisation des grands comptes**, ainsi que **l'essor de nouveaux cas d'usage** dans des secteurs comme celui de la santé.

Comment s'adaptent les startups IoT dans ce contexte de la crise de la Covid-19 ?

Dans cette édition du radar IoT, nous nous sommes intéressés au **phénomène croissant des startups à impact** initié par la prise de conscience des enjeux de développement de demain. Malgré cela, nous avons observé un **écart entre volonté et passage à l'acte** en termes d'engagement de la part des startups.

Dans quelle mesure les startups IoT se saisissent des enjeux de développement de demain ? Quelle est l'ampleur du mouvement startups à impact ?





O1

Présentation du radar 2021 des startups IoT B2B françaises



The 2021 French
IoT STARTUPS radar
By **WAVESTONE**

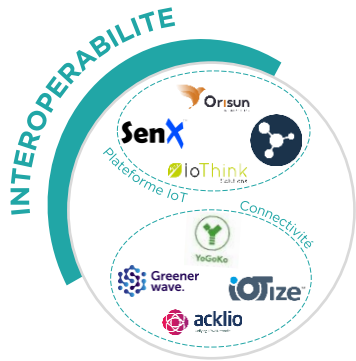
Cybersécurité



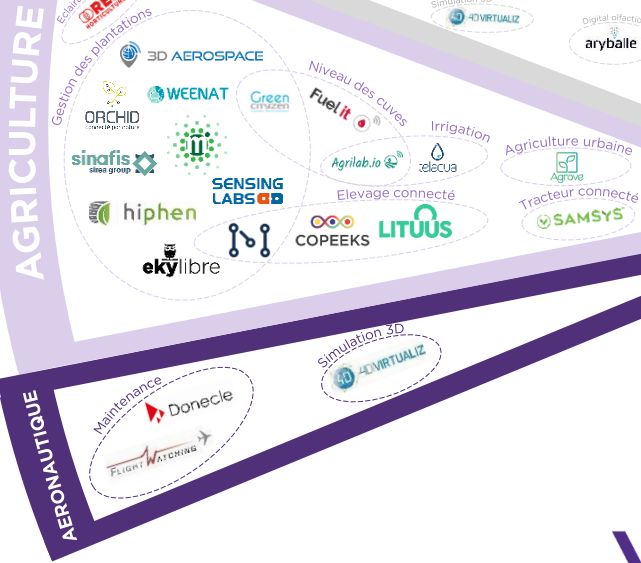
Design



INTEROPERABILITE



AGRICULTURE



AERONAUTIQUE



Automobile



Industrie 4.0



Retail



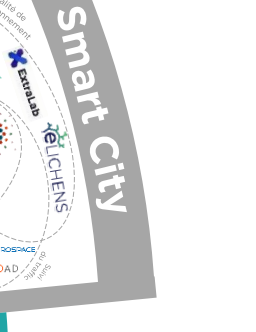
Santé



Smart Building



Smart City



Smart Grid



Smart Workplace



Supply Chain



WAVESTONE



Prise de recul sur l'IoT B2B en France en 2021



Radar des startups IoT Françaises



LA MÉTHODE POUR LE CONSTRUIRE



NOS CRITÈRES



Dédié au marché de l'IoT B2B



Siège social basé en France



35 salariés ou moins



8 ans ou moins d'ancienneté

Des métropoles

TOUJOURS AUSSI ATTRACTIVES POUR LES STARTUPS



L'Île-de-France concentre **32% des acteurs** de notre radar.

Les **métropoles*** (telles que Paris, Lille, Lyon, ou Nice) regroupent près de **44% des différents acteurs**.

Hormis les régions Auvergne-Rhône-Alpes et PACA qui cumulent 27% des acteurs, **les startups sont intégrées de manière homogène dans le reste des régions françaises**.

Des emplois

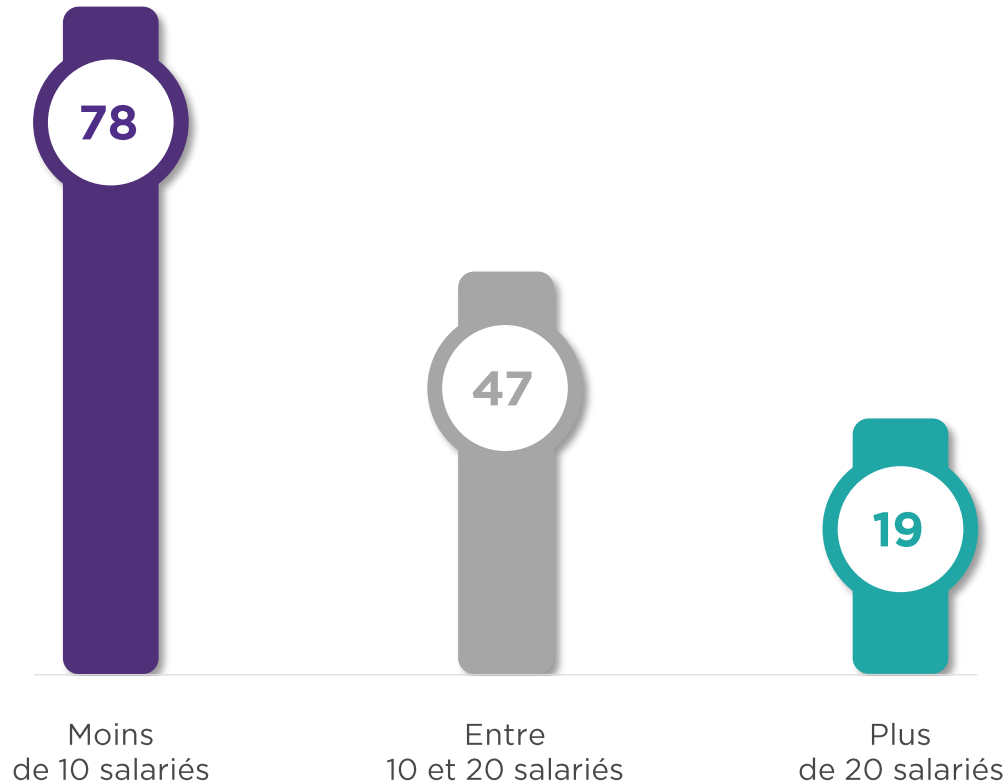
NON NÉGLIGEABLES

144* (vs. 126 en 2020)
startups

1529 (vs. 1342 en 2020)
emplois

11 (vs. 10 en 2020)
**employés
par entreprise**

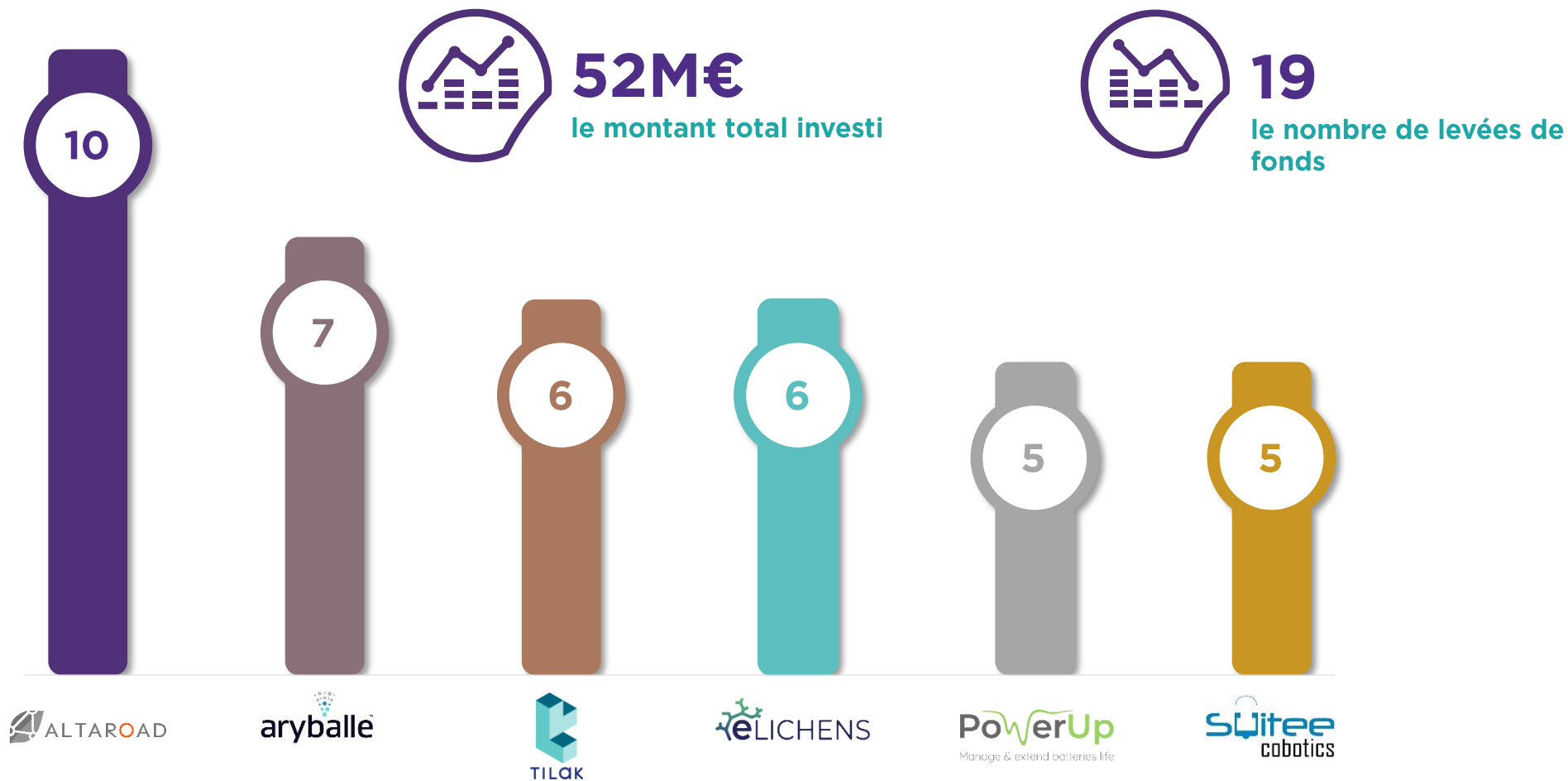
Nombre d'entreprises par tranche de nombre de salariés



*startups répondant aux critères définis par le radar (comparaison avec 2020 à isopérimètre)

Des levées de fonds

NOMBREUSES



Les secteurs les plus représentés



SUR LE MARCHÉ DE L'IOT

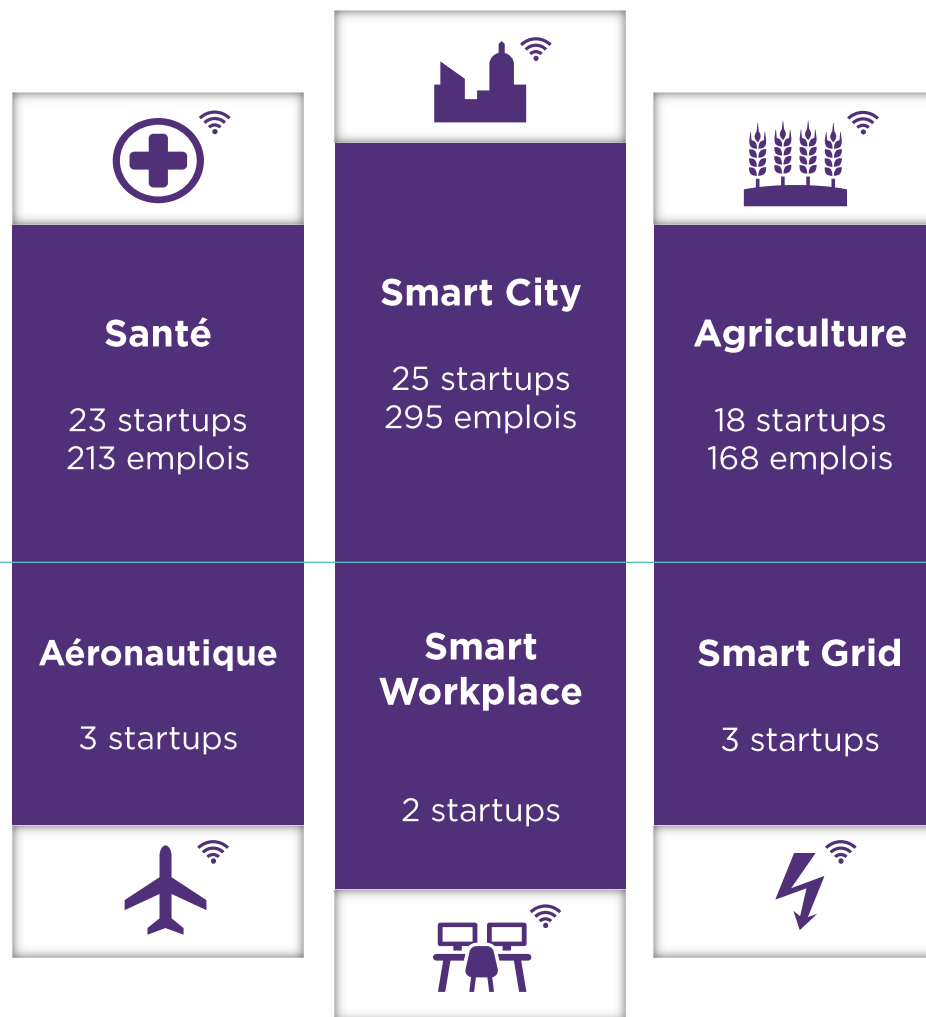
78%
Verticales

22%
Transverses

(vs. 75% et 25% en 2020)

Top 3 des secteurs
les **plus** représentés

Top 3 des secteurs
les **moins** représentés





Impact de la crise de la Covid-19

sur les startups IoT françaises

Les conséquences de la crise de la Covid 19



LE RETOUR D'EXPÉRIENCE DES STARTUPS IoT

76% des startups interrogées ont effectivement constaté un bouleversement de leur activité dû à la crise et seulement 51% des startups interrogées considèrent que l'impact était négatif.

La crise de la Covid-19 a impacté l'ensemble de l'écosystème IoT. Les startups interrogées estiment à hauteur de 91,5% que leurs clients ont subi un ralentissement de leur activité dû à la crise impactant par là même l'activité commerciale des startups.

La crise a marqué un coup d'arrêt dans les échanges commerciaux entre les startups et leurs clients ce qui a *de facto* conduit à des pertes en termes de chiffre d'affaires.

Les pertes opérationnelles ont un temps limité la dynamique de croissance des startups IoT.

Sur le volet financier, 59% des startups IoT interrogées estiment que leur trésorerie a été impactée négativement par la crise de la Covid-19.

64% d'entre elles disent cependant avoir bénéficié de mécanismes d'aides mis en place pendant la crise. Les principaux dispositifs d'aide cités par les startups sont :

- Le chômage partiel
- Les prêts garantis par l'Etat
- Le remboursement accéléré du CIR

Les principaux pourvoyeurs d'aides cités sont l'Etat, la BPI et les collectivités territoriales.

Les aides extérieures, qu'elles prennent la forme de subventions ou non, ont permis de limiter l'influence de la crise de la Covid-19 sur l'activité des startups IoT.

Par ailleurs, les startups IoT ont démontré leur capacité à s'adapter en diversifiant leurs offres et leurs secteurs cibles.



Face à la crise, les startups IoT s'adaptent

Les startups IoT se tournent vers de nouveaux secteurs...



Les startups se sont tournées vers des secteurs porteurs comme le secteur de la santé ou encore celui de la smart city où nombre de cas d'usage se sont développés, notamment le monitoring à distance d'équipements (médicaux au non), le contrôle de la qualité de l'air ou encore le comptage de personnes.

...au moyen d'une intensification de l'activité commerciale...



43% des startups interrogées ont vu émerger de nouvelles opportunités commerciales et ont décidé de les saisir en recentrant leurs efforts. En effet, les startups profitent des besoins de leurs clients de réduire leurs coûts et assurer la continuité de leur activité malgré la crise grâce aux solutions IoT.

...et d'investissements en R&D pour adapter leurs solutions aux exigences de ces nouveaux marchés.



Certaines startups ont également décidé de profiter de ce temps "d'arrêt" pour intensifier leurs activités de recherche et développement et adapter leurs solutions aux nouveaux besoins du marché. 53% des startups disent avoir adapté leur proposition de valeur à la suite de la crise (simplification techniques des solutions ou encore services en ligne).



Les opportunités perçues par les startups IoT

LA PANDÉMIE ET LA CRISE ÉCONOMIQUE QUI S'EST ENSUIVI ONT FAIT ÉMERGER UN NOUVEAU CONTEXTE POUR LES ACTEURS ÉCONOMIQUES OÙ LA DISTANCIATION SOCIALE EST UN NOUVEAU PARAMÈTRE À PRENDRE EN COMPTE.

LA DIGITALISATION COMME LEVIER DE SORTIE DE CRISE

Les startups IoT constatent que leurs clients sont plus à l'écoute quant au besoin de digitaliser leurs activités.

UN ESSOR DE NOUVEAUX CAS D'USAGE

La nécessité de s'adapter et de répondre aux faiblesses organisationnelles et structurelles révélées par la crise a favorisé l'essor de nouveaux usages de l'IoT.

UN RECENTRAGE SUR LES SECTEURS RÉSILIENTS, LA SANTÉ EN FER DE LANCE

Notre radar recense +40% de startups dans le domaine de la santé par rapport à 2020.


La digitalisation comme levier de sortie de crise

Si la crise de la Covid-19 a marqué un coup de frein à l'activité commerciale des startups dans un premier temps, celles-ci ont pu, les mois suivants, bénéficier d'une plus grande réceptivité de leurs clients et prospects. Ces derniers sont plus sensibles quant au besoin de changement.

D'une part, la crise a révélé les fragilités des systèmes de production de biens ou de services. La communication et la gestion à distance deviennent incontournables. Les entreprises qui n'avaient jusqu'à lors pas ou peu de systèmes de gestion et contrôle à distance, se voient dans l'obligation d'y recourir.

D'autre part, si la mise en place de systèmes digitalisés représente des coûts fixes élevés, elle permet rapidement de réduire les coûts opérationnels des entreprises. Les startups IoT ont constaté que leurs services et produits étaient de plus en plus perçus comme un levier de réduction des coûts.

Suite à la crise, la digitalisation est donc considérée comme un moyen d'assurer la continuité de l'activité et de réduire les coûts pour pallier les pertes opérationnelles.



**L'IoT est perçu
comme un levier
pour réduire les
coûts et assurer la
continuité de
l'activité.**

L'essor de nouveaux cas d'usage



LES NOUVEAUX CAS D'USAGE DANS UN CONTEXTE COVID-19

Le nouveau contexte induit par la crise a mis à l'épreuve la résilience des systèmes économiques et de santé. Les entreprises ont dû absorber les nouvelles directives des pouvoirs publics visant à limiter la propagation du virus.

Cette nécessité de s'adapter et de répondre aux faiblesses révélées par la crise a favorisé l'essor de certains usages qui n'existaient pas auparavant ou dans des proportions moindres. 59% des startups interrogées disent avoir vu éclore de nouveaux usages liés à la crise de la Covid-19 :

- Des cas d'usage visant à limiter la propagation du virus : contrôle de la qualité de l'air, mesure de la température, comptage intelligent de personnes ou encore dispositifs de reconnaissance de port de masque.

- Des cas d'usage pour accompagner le passage à distance des opérations : monitoring à distance des unités de production, des équipements et des bâtiments ou encore dispositifs e-santé.
- Le passage à distance, notamment le télétravail, fait également craindre une recrudescence des attaques de cybersécurité. La sécurité des dispositifs connectés est donc également devenue une question prioritaire chez les clients des startups IoT.
- Des cas d'usage pour fiabiliser les chaînes d'approvisionnement : traçabilité de l'acheminement de marchandises et monitoring des conditions d'acheminement de produits sensibles (ex : vaccins), suivi en temps réel de la localisation de marchandises, réapprovisionnement automatique, comptage de masses...



L'essor de nouveau cas d'usage

LES PRINCIPAUX CAS D'USAGE A L'ISSUE DE LA CRISE



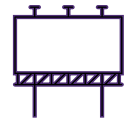
61% des startups interrogées disent avoir vu éclore de **nouveaux usages** liés à la crise de la Covid-19.



Contrôle de l'environnement



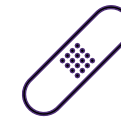
Contrôle des flux de personnes



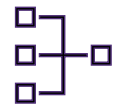
Supervision à distance



Sécurité numérique des objets connectés



e-Santé




Traçabilité

La santé comme nouveau secteur porteur

LA CRISE ET LES MOTEURS DE LA SANTE NUMÉRIQUE

- L'explosion des alternatives à la consultation physique comme les téléconsultations ou le contrôle à distance des indicateurs de santé. Autrefois marginales, le nombre de téléconsultations enregistrées est passé de 10 000 par semaine en moyenne en 2019 à plus de 2 millions entre mars et octobre 2020. La tendance semble se poursuivre sur 2021 où 1,5 millions de téléconsultations ont été enregistrées sur le premier semestre.
- Les impératifs de performance et de fluidité de gestion en temps de crise. La crise a révélé la fragilité du systèmes de santé en France. La pénurie de ressources humaines et matérielles dans un contexte d'afflux massif de patients ont mis en exergue des difficultés d'approvisionnement et de gestion des stocks.
- La priorisation du sujet santé à l'agenda politique. La santé devient un sujet prioritaire pour le gouvernement français. Ce dernier a notamment annoncé en juin 2021 un plan de 7 milliards d'euros dédiés à l'innovation dans le domaine de la santé visant à « Faire de la France la première nation européenne innovante et souveraine en santé ». 650 millions d'euros sont notamment dédiés à la santé numérique.



La crise de la Covid 19 a bouleversé et révélé des lacunes du système médical français. Pour pallier ces fragilités et adapter ce système au nouveau contexte de distanciation, la santé numérique et en particulier l'IoT apparaissent comme des leviers que les gouvernements entendent actionner au moyen d'investissements massifs.

La santé comme nouveau secteur porteur



LES CAS D'USAGE IOT DANS LE SECTEUR DE LA SANTÉ



Récolte et transmission
de données médicales
des patients



Monitoring à distance
des équipements
médicaux



Traçabilité de matériel
médical (équipements,
outils, médicaments)



Optimisation des
chaînes
d'approvisionnement
(équipements,
médicaments, vaccins)



Gestion automatique de
stocks (inventaires et
réapprovisionnements)



04

Startups à impact :

nouveaux acteurs de l'IoT

Startups à impact

UNE NOTION ÉMERGENTE



Une startup à impact est souvent définie comme une société qui possède plusieurs objectifs sociaux et environnementaux.

“

”

Banque Publique
d'Investissement



Startups à impact

UNE NOTION ÉMERGENTE



Les startups à impact

Depuis quelques années, on observe l'apparition d'une **catégorie de startups**, qui se distingue des autres en répondant à des objectifs plus larges que la simple création de valeur.

Cette nouvelle catégorie peut être qualifiée de différentes manières telles que **“startups à impact”** ou **“tech for good”**. Mais elle désigne un même ensemble de startups : **celles dont l'impact sur l'environnement ou plus largement sur la société se veut de nature positive.**

Plus largement, **c'est tout un écosystème qui émerge de cette tendance** : incubateurs, accélérateurs, ou encore fonds d'investissement. L'une de leurs priorités est d'accompagner et de faire grandir au mieux ces projets qui tentent de répondre aux enjeux de demain.

Néanmoins, et malgré les nombreuses initiatives qui apparaissent, **la notion de “startup à impact” demeure une notion relative.**

Une notion encore mal définie

Aujourd'hui, et comme le rappelle la BPI, **“il n'existe aucune définition formelle de ce qu'est une entreprise à impact”**. En conséquence, cette notion en devient parfois subjective, comme constaté durant cette enquête.

Pourtant, **de plus en plus de startups souhaitent générer un effet positif mesurable sur leur environnement.** Cette volonté peut s'inscrire au cœur de leur stratégie, ou être intégrée dans leur approche opérationnelle.

Une motivation qui ne suffit pas à lancer une véritable dynamique

Nous le verrons, **une dynamique s'est créée autour des enjeux environnementaux et sociétaux** auxquels nous faisons face aujourd'hui.

Cependant, elle peine parfois, et notamment dans le secteur de l'IoT, **à surpasser d'autres priorités.** Ces difficultés se traduisent par un **écart entre volonté et passage à l'acte pour les startups concernées.**

En parallèle, la relative nouveauté du qualificatif « à impact » le rend également subjectif. Nous tenterons donc **de définir** ce qu'est une startup à impact, mais aussi quelles peuvent être **les différentes catégories de startups à impact.**

Startups à impact

UNE PRISE DE CONSCIENCE DES CONSÉQUENCES DE NOS ACTIVITÉS SUR L'ENVIRONNEMENT...

Même si une minorité d'acteurs de l'IoT mettent l'impact positif au cœur de leur modèle, on observe une **réelle sensibilité aux enjeux de développement durable** auxquels notre société fait face aujourd'hui.

En effet, lorsque l'on demande à chaque porteur de projet les critères à impact qu'il prend en considération dans le choix de ses parties prenantes, **le Top 3 des critères concernent l'aspect environnemental** avec la **réduction des émissions de CO2** (à 51%) en 1ère position, suivi du **recyclage des déchets** (à 46%) en 2è position et de la **réduction de la consommation d'électricité** (à 30%).



Réponse à la question : « Quels sont les 3 critères à impact principaux que vous prenez en compte dans le choix de vos parties prenantes (par partie prenantes nous entendons : clients, investisseurs, fournisseurs, autres) ? »

En parallèle, les **grandes entreprises** qui évoluent auprès des startups opèrent **un changement de positionnement**. Leurs stratégies visent de plus en plus à véhiculer une **image responsable**, conscientes que les enjeux environnementaux – et particulièrement la réduction des **émissions de CO2, véritable indicateur de performance écologique** – revêtent un **caractère essentiel** chez la **majorité**.

En définitive, **deux tendances** principales **s'inter-influencent** quant aux enjeux environnementaux : d'un côté une **vigilance des startups** et de l'autre une influence de la part des **grands comptes qui, soucieux de leur image**, sont de plus en plus disposés à sélectionner des partenaires exemplaires.



Startups à impact



... QUI NE FIGURENT PAS NÉANMOINS PARMIS LES PRIORITÉS DES ACTEURS DE L'IOT



- 1 Innovation
- 2 Excellence
- 3 Satisfaction client

Cependant, et malgré une sensibilité croissante aux enjeux de développement durable, les résultats de l'enquête nous ramènent à une réalité encore tangible : **les aspects RSE ne figurent toujours pas dans le haut du panier** des valeurs promues par les startups.

La valeur la plus citée* étant l'**innovation** (à près de 80%), puis l'**excellence** (à 44%) et enfin la **satisfaction client** (à 42%). Preuve que la priorité des startups IoT reste aujourd'hui d'avoir un produit qui sache se différencier des autres, mais également qui sache répondre à des attentes précises de la part des clients, lesquelles ne sont pas souvent liées à des notions de développement durable.

“

Les clients aujourd'hui sont plus intéressés par la précision, la fiabilité et l'efficacité de la solution que par son aspect durable

”

*Réponse à la question : « Quelles sont les 3 valeurs clés de votre entreprise ? »

Startups à impact

UN ÉCART ENTRE VOLONTÉ ET PASSAGE À L'ACTE

84% des startups affirment prendre en compte des **critères ESG dans leur solution**, et **67% se définissent comme startup à impact**, preuve que ces dernières distinguent l'impact positif et leur caractère durable. Le pourcentage de 67% reste tout de même élevé, et souligne la **nécessité de définir – et nuancer – le sens d'une "startup à impact"**.

De plus, on observe un **véritable écart entre volonté et passage à l'acte**. En effet, **seuls 3% des acteurs interrogés** sont **déclarés en société à missions** tandis que **59% se disent prêts à le faire**.

Lors des interviews, cette **tendance** a été **justifiée par plusieurs aspects**. En premier lieu, la **durabilité ne constitue pas la priorité des startups**, dont le but principal en début d'existence est **de survivre**, de **croître**, et de **passer à l'échelle** de manière pérenne. Les porteurs de projet ont fait part d'un **manque de temps et de moyens** pour traiter ces problématiques.

Une des startups interrogées confie d'ailleurs : "Lorsque nous avons vu ce que représentait en coûts le fait de se déclarer société à mission, nous avons tout simplement décidé de renoncer. Nous pensons que cette catégorisation n'est pas adaptée à des structures telles que la nôtre".

Par ailleurs, **certains investisseurs peuvent se désintéresser** des sociétés à mission **par peur que leur finalité d'ordre social ou environnemental ne prenne le pas sur leur but lucratif**, et donc sur leur capacité à réaliser des bénéfices.



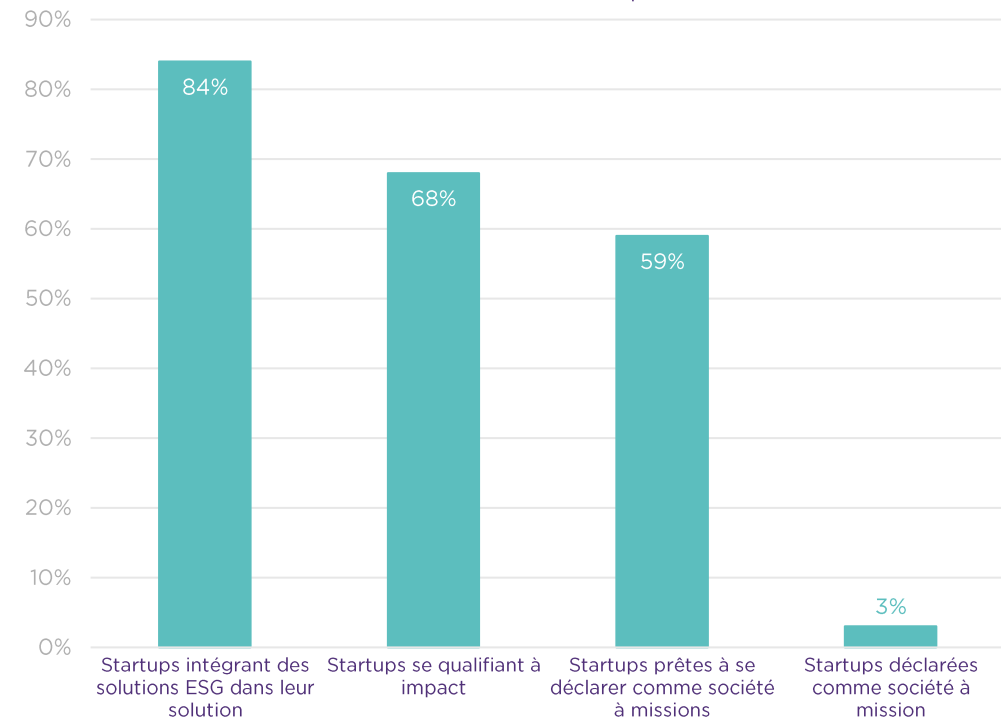
Société à mission

Ayant pris conscience de l'importance de ces initiatives, **l'Etat a créé en 2019 la qualité de "société à mission"** qui permet à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers **plusieurs objectifs sociaux et environnementaux**.

Ainsi, toute entreprise est en capacité de bénéficier de cette qualification dès lors qu'elle est validée.



Qualification des startups* :



*Réponses aux questions : « Considérez-vous que votre solution intègre les dimensions environnementales, sociétales et/ou de gouvernance ? » ; « Vous définiriez-vous comme une startup à impact ? » ; « Seriez-vous prêts à vous déclarer comme société à mission ? » ; « Votre entreprise est-elle déclarée comme une société à mission ? »

Startups à impact



ECART AUSSI JUSTIFIÉ PAR UN MANQUE D'ACCOMPAGNEMENT

Enfin, certaines startups admettent n'être que **peu informées** au sujet des **différentes initiatives** qu'elles pourraient prendre pour **maximiser leur impact positif**, sans pour autant placer ces préoccupations au cœur de leur business model.

Ainsi nous avons identifié un **réel besoin d'accompagnement** concernant ces sujets comme nous l'a expliqué l'un des entrepreneurs interviewé :

“

L'impact positif n'est pas forcément au cœur de notre projet, néanmoins nous aurions aimé pouvoir nous faire aider sur des aspects tels que l'éco-conception de nos produits.

”



Startups à impact

PLUSIEURS TYPES D'IMPACT EN FRANCE

Comme expliqué précédemment, la **notion de startup à impact est encore mal définie et reste assez subjective**. Naturellement, certains acteurs séparent les projets analysés en deux catégories : les projets à impact et les autres. Seulement cette manière de procéder a tendance à éliminer les startups qui ne possèdent pas, au cœur de leur proposition de valeur, l'objectif d'avoir un impact positif sur des aspects sociaux ou environnementaux, mais qui réalise quand même des efforts pour adresser les enjeux de développement actuels.

Ainsi, et afin de nuancer notre étude, nous avons catégorisé les startups du radar en 4 classes :

- Une **première classe** regroupant toutes les structures ayant pour objectif, à travers leur projet, d'avoir un impact positif sur leur environnement.
- Une **seconde classe** dans laquelle les startups présentes possèdent obligatoirement une labellisation ou certification prouvant leur impact positif sur un aspect donné.
- Une **troisième classe** où l'on peut trouver toutes les startups mettant en avant au moins une initiative durable dans sa proposition.
- Une **quatrième classe** qui ne met pas en avant d'initiative durable particulière.

Après analyse, il s'avère que **45% des startups IoT font preuve d'initiatives de durabilité**, que cela soit à travers leur communication, des labels ou certifications, ou encore qu'il s'agisse de leur cœur de projet. Il s'agit donc d'une part non négligeable, **preuve de l'importance du mouvement à impact**.

Au sein de ces startups, **près de la moitié** des acteurs ont un **objectif d'impact positif** qui fait partie intégrante de leur proposition de valeur. C'est presque autant que celles qui mettent uniquement en avant leurs initiatives de durabilité, et **confirme** en ce sens **la tendance actuelle qui fait la part belle à la création de business à impact**.

Concernant le chiffre des **6% de startups labellisées**, ce dernier peut s'expliquer en partie **car l'obtention de labels** peut demander un **certain investissement**, que les startups ne sont pas toujours prêtes à réaliser.

Classe n°1

Startup dont l'impact positif fait partie intégrante de sa proposition de sa de valeur.

Classe n°2

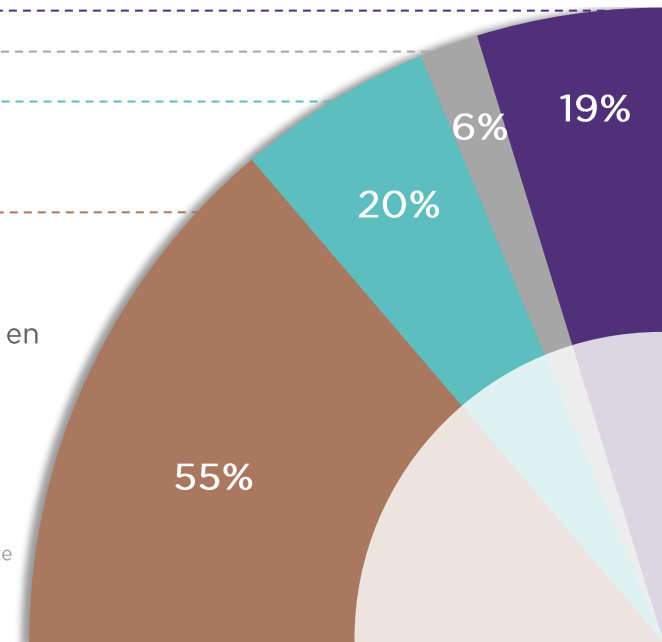
Startup labellisée ou certifiée par une reconnaissance "à impact".

Classe n°3

Startup mettant en avant ses initiatives de durabilité** sur son site internet et/ou ses réseaux.

Classe n°4

Startup ne mettant pas en avant d'initiative particulière.



*Réponses aux questions : « Considérez-vous que votre solution intègre les dimensions environnementales, sociétales et/ou de gouvernance ? » ; « Vous définiriez -vous comme une startup à impact ? » ; « Seriez-vous prêts à vous déclarer comme société à mission ? » ; « Votre entreprise est-elle déclarée comme une société à mission ? »

**Par « initiatives de durabilité » est entendu toute initiative permettant à la startup de réduire son impact négatif sur l'environnement, la société, etc...



Retour sur la notion d'impact au sein des startups IoT

Une notion nouvelle, encore mal définie, subjective, mais qu'on ne peut ignorer

L'impact fait aujourd'hui partie des **mouvements non négligeables** du secteur de l'IoT.

Qu'il soit au cœur de leur projet ou à travers d'initiatives annexes, **les startups sont conscientes des enjeux de développement futurs**, mais également des opportunités commerciales que ces problématiques représentent.

L'impact prend donc de plus en plus de place au sein d'un marché chamboulé par la crise de la Covid-19.

Néanmoins, pour la majorité d'entre elles, **les priorités** restent **centrées sur** la réalisation de solutions dont la **qualité** est **dictée par** les attentes des différents **clients**.

Se pose alors la question de la **place future de l'impact** au sein des startups non engagées initialement dans cette thématique.



OS

En savoir plus

Contributeurs



**ANTON
JEROME**
Analyst



**LE GUERN
MAYEUL**
Analyst



**MORIZE
ALICE**
Manager



**MOUCHTOURIS
MARGAUX**
Analyst



**NAJIHI
MOHAMED**
Senior
consultant

Merci également à Romain Pointereau pour sa contribution apportée au radar

Wavestone, leader dans le domaine de l'IoT



Depuis plus de 10 ans, Wavestone accompagne ses clients dans la conduite de projet IoT d'envergure, de leurs cadrages stratégiques au pilotage de leurs déploiements, leur faisant franchir avec succès le cap difficile d'industrialisation.

Wavestone dispose d'un retour d'expérience unique sur le marché français et mobilise plus de 100 consultants dans le domaine de l'IoT. Cette force de frappe mêle des connaissances métiers variées ainsi qu'une maîtrise des technologies qui sont au cœur de l'ADN de Wavestone. Wavestone adresse ainsi différents volets des projets de ses clients :

- Conduite des phases d'idéation pour faire émerger les cas d'usage à plus forte valeur ajoutée.
- Cadrage du projet via la définition des axes stratégiques, l'identification des poches de valeurs générées par l'IoT, l'éclairage par la réalisation d'études de marché et d'impact et la construction d'un business case.
- Constitution du dossier d'engagement par la méthodologie de design to cost de l'objet connecté et du capteur, l'étude make or buy, la définition de la feuille de route et la construction du modèle opérationnel cible autour des solutions IoT.
- Appui au choix de partenaires notamment le choix de la plateforme IoT et l'établissement des contrats cadres avec les fournisseurs de connectivité et d'objets connectés.
- Conception de l'architecture cible pour l'ensemble de la chaîne technologique (architectures de plateforme IoT, connectivité IoT, gestion du cycle de vie des objets connectés, sécurisation de la chaîne IoT, choix des solutions...).
- Préparation et accompagnement pour l'industrialisation et le passage à l'échelle : évaluation de la capacité à industrialiser (business model, solution technique, modèle opérationnel), pilotage programme et accompagnement au déploiement..

Wavestone publie depuis 3 ans un panorama à jour des acteurs innovants du marché de l'IoT - Le Radar des startups IoT françaises B2B. Cette publication est l'occasion d'évaluer la maturité du marché des startups B2B française à répondre aux enjeux et problématiques d'aujourd'hui et demain grâce à l'IoT.

Contactez nos experts



MORIZE ALICE

Manager
alice.morize@wavestone.com
+33 6 98 00 79 98



NAJIHI MOHAMED

Senior Consultant
mohamed.najihi@wavestone.com
+33 7 62 36 85 79