



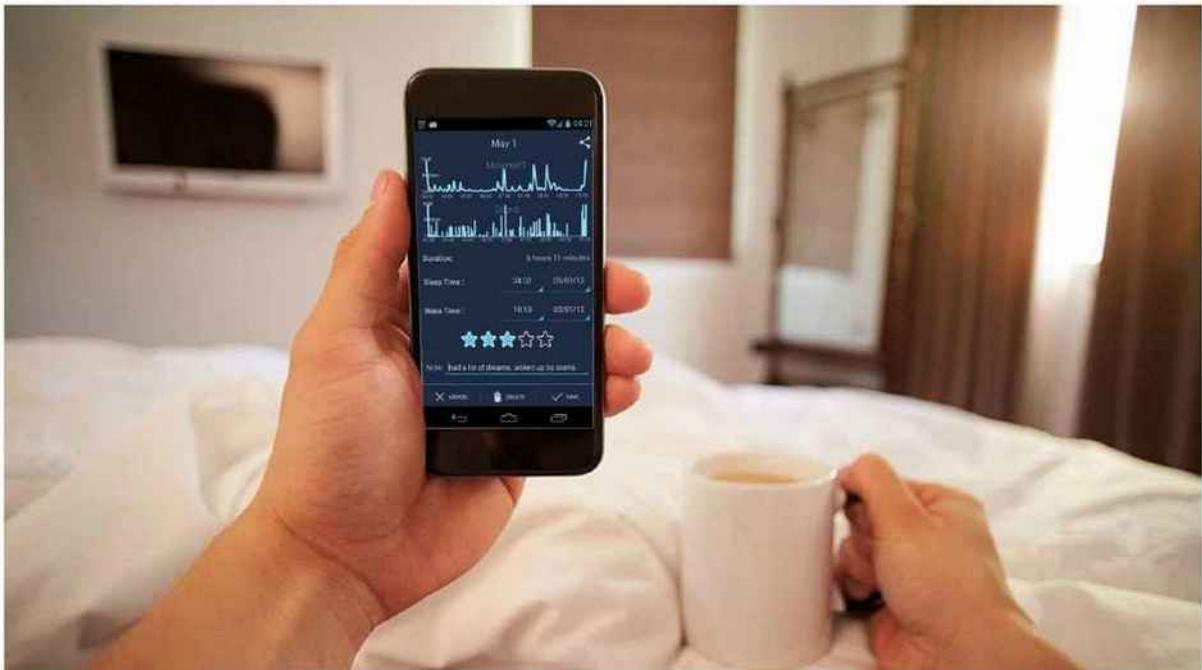
Dossier

LE SOMMEIL CONNECTÉ

Tout le monde s'accorde à le dire : un sommeil de qualité est primordial au bien-être, à la bonne santé et à la réussite de tout un chacun. Aussi, à l'heure où plus d'une personne sur trois - en France - dort mal, et souffre de véritables troubles du sommeil ayant des effets néfastes sur son organisme, l'Internet des objets (IoT) semble s'imposer comme LA solution.

Par Deborah Koslowski

L'éveil serait-il pour demain ?



L'abus de mal-dormir est dangereux pour la santé. A éviter autant que faire se peut. Voilà quel pourrait être le slogan des acteurs de l'univers du sommeil. Et de fait, dormir peu, et mal, est - de nos jours - un réel problème (international) de santé publique. Irritabilité, manque de concentration et de productivité au travail et au quotidien, surpoids, risques accrus d'AVC et de dépression (la France se hisse au 2^e rang européen des plus gros consommateurs de benzodiazépines (médicaments psychotropes), juste derrière l'Espagne, se-

lon un rapport de l'ANSM datant de 2017), défenses immunitaires en berne... voici la liste - non exhaustive - des risques qu'encourent les petits dormeurs. Si des solutions comme aérer sa chambre de manière à dormir au frais, changer sa literie régulièrement (tous les 7 ans, en privilégiant les grandes largeurs), ou encore, pratiquer des activités calmes (regarder la télévision n'en fait pas partie) avant d'aller se coucher, sont préconisées par les professionnels, la technologie a - elle aussi - son mot à dire. Le mal-dormir est, en effet, un fléau contre

lequel tout le monde veut lutter. Aussi, nombreux sont les fabricants (de trackers, de capteurs, de lumières, d'oreillers, etc.), originaires des quatre coins du monde, à avoir imaginé des appareils intelligents dont l'objectif est d'accompagner les utilisateurs dans leur sommeil. Capables de mesurer le sommeil, de le réguler, voire d'agir directement sur sa qualité et sa durée, en s'adaptant aux besoins de son utilisateur à un instant T, ils semblent - depuis quelques années - promis à un succès sans précédent. Avec le rachat de *Beddit* (start-up à l'origine



du *Sleep Monitoring*, un capteur à glisser entre le matelas et le drap-housse, collectant les données sur le sommeil, la température de la pièce et le taux d'humidité) par *Apple*, survenu au printemps 2017, tout le monde croyait ce marché capable d'évoluer plus vite que l'éclair. Pourtant, un an après, pas de croissance fulgurante à l'horizon...

Un marché en construction

Il est difficile de savoir ce que pèse, réellement, le marché du sommeil connecté, en France, aujourd'hui. D'un côté, le *GfK*, qui est l'un des cabinets d'études de marché et d'audit marketing référents, concède ne pas couvrir cette catégorie de produits, pour l'heure : « pas d'identification suffisante en couverture de la fonction sommeil », nous a écrit Magali Saint-Laurent, Responsable de la communication et du marke-

ting de l'institut. De l'autre, des fabricants (souvent des start-ups) qui, y croyant dur comme fer, tentent encore l'aventure. « *Ce marché est embryonnaire* », estime - en effet - Didier Bollé, Président directeur général de *Terraillon*. Selon lui : « *c'est un marché qui est en cours de création, depuis trois ou quatre ans, grâce au travail de précurseurs à l'instar d'Holi, Withings, Sevenhugs, Dodow ou, encore, Dream, qui a récemment réalisé une importante levée de fonds (35 millions de dollars récoltés, en partie grâce à Johnson & Johnson, ndr) ! Des sociétés qui sont principalement des start-ups françaises, et qui investissent ce marché potentiel avec un produit unique. Homni de Terraillon, lui, s'intègre dans un écosystème complet qui répond à des enjeux de santé publique.* »

L'Association pour la Promotion de la Lingerie (APL), qui est au service de l'ensemble

des acteurs du secteur de la literie, dispose - cependant - de données pouvant nous permettre d'avoir un ordre d'idée. « *La literie, cette année, c'est 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires générés. La connectivité existe depuis longtemps sur ce marché, grâce à ce que nous appelons les lits relaxation. Jadis pilotables à l'aide de télécommandes, ils se commandent désormais via des smartphones. Ils représentent un peu plus de 10 % du marché sommiers* », évalue Gérard Delautre, Président de l'APL. « *Pour l'instant, le marché du sommeil connecté n'est le fruit du travail que d'un certain nombre de start-ups ; le marché est encore en veille mais certains industriels de la literie y travaillent très sérieusement. Pour sa part, l'APL, en collaboration avec le FCBA et l'Ameublement Français, avancent sur la mise au point d'une technologie RFID pour matelas dont l'objectif est de donner aux utilisateurs,*



DIDIER BOLLÉ, PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL TERRAILLON

Un travail d'évangélisation

Terraillon est une entreprise centenaire (créée en 1908, NDLR), issue de la métrologie, leader historique, et dont la notoriété n'est plus à prouver : chaque année, une balance sur deux, qui est vendue en France, porte le nom de la marque Terraillon. Partant de notre ADN, qui est celui de la mesure, nous avons décidé, il y a 5 ans maintenant, de prendre le virage de l'IoT (Internet des Objets, NDLR). Nous estimions, en effet, que la connectivité pouvait apporter une valeur ajoutée à nos produits de commodité.

Et de fait, un pèse-personne, associé à un smartphone et à son application (la *Terraillon Wellness Coach*, en l'occurrence, NDLR), permet à son utilisateur de conserver - à portée de main - de nombreuses informations relatives à son poids. C'est à partir des pèse-personnes et des impédancemètres connectés que nous avons pu enrichir notre écosystème, en intégrant - au fur et à mesure - des produits périphériques comme le tensiomètre, le tracker d'activité et les thermomètres connectés. Ce qui nous a permis de créer un ensemble pertinent pour l'univers du bien-être. Parce que nous passons un tiers de notre vie à dormir, qu'un Français sur deux déclare avoir une qualité de sommeil très médiocre, à cause d'insomnies et/ou de réveils nocturnes, et qu'il existe une forte corrélation entre mauvais sommeil et prise de poids, *Terraillon* - porté par des enjeux de bien-être et de santé - a décidé de devenir l'un des acteurs de ce marché naissant. Le sommeil, grâce à la mélatonine sécrétée, est, en effet, le régulateur de notre appétit. En partant de la problématique du surpoids corrélé au manque de sommeil, nous avons, donc, imaginé *Homni*. Il s'agit d'une lampe de chevet - qui a nécessité 3 ans de développement avec l'aide du *Centre Européen du Sommeil* - diffusant de la lumière rouge, le soir, pour aider à l'endormissement, et de la lumière bleue, le matin, pour aider au réveil. Dotée de capteurs, elle analyse - par ailleurs - l'environnement (température, humidité, niveau sonore, luminosité) de son utilisateur. Grâce à sa ceinture, qu'il suffit de placer sur le matelas, elle est aussi capable de lui communiquer les informations relatives à ses fréquences cardiaque et respiratoire, ainsi qu'à ses mouvements. De quoi lui permettre de quantifier ses nuits, et d'en analyser la qualité, grâce au *score sommeil* indiqué par l'application. Ce genre de produits intéresse beaucoup les *Gafa* (géants du Web, NDLR). Aussi, il est primordial que le retail s'interroge sur la place qu'il est prêt à leur accorder pour diversifier son offre : la digitalisation et les réseaux sociaux/blogs tenus par des influenceurs, ainsi que la théâtralisation des produits et la formation des forces de vente sont, je pense, nécessaires pour faire comprendre aux consommateurs finaux - souvent mieux informés que les vendeurs - ce qu'est vraiment *Homni*. Si nous envisageons désormais d'enrichir l'expérience, nous avons besoin - aujourd'hui plus que jamais - de la distribution : le magasin est un vecteur de communication extraordinaire, c'est pour cela qu'il doit être en mesure de mettre en valeur toutes les nouveautés, par le biais d'une stratégie omnicanale.



NICOLAS ROUX, RESPONSABLE MARKETING MOONA

Une alternative aux médicaments

Le marché des aides au sommeil, qui a représenté 70 milliards de dollars en 2017, devrait atteindre plus de 100 milliards de dollars en 2023. Les solutions médicamenteuses sont un segment important de ce marché. Chez Moona, nous nous voyons comme une alternative aux somnifères, qui entraînent des risques de dépendance et des effets indésirables.

Nous ne nous targuons pas, pour autant, de proposer un dispositif médical. Nous proposons, en revanche, un produit intelligent - conçu avec le concours de médecins et dont les technologies trouvent leur essence dans la recherche médicale - qui a pour but de réguler la température d'un oreiller pour, ensuite, réguler la température du corps. Grâce à ses capteurs, il s'adapte à son utilisateur : il fait en sorte que l'oreiller reste frais tout au long de la nuit et, quand l'heure de réveil approche, le réchauffe progressivement. De nombreuses études ont, en effet, prouvé l'influence de la température corporelle sur la qualité du sommeil : en faisant baisser celle-ci de 1°C, via la tête et la nuque notamment, nous permettons aux consommateurs de s'endormir plus vite et de dormir mieux et plus longtemps. Si nous sommes convaincus des bénéfices que peut apporter notre produit, il n'est pas aisé de savoir où le commercialiser. Depuis le CES de Las Vegas de 2017, nous avons été incubés par Hax, le plus gros accélérateur de startups hardware au monde. Il est basé à Shenzhen, en Chine. Nous avons également lancé une campagne sur Kickstarter qui - à date - nous a permis de lever près de 150 000 dollars (soit 3 fois l'objectif visé, ndr). Nous nous sommes, donc, concentrés sur la production de Moona, et les premiers produits devraient être livrés au deuxième trimestre 2019. Aussi, notre stratégie de commercialisation devrait se faire en plusieurs étapes : d'abord sur Kickstarter, puis - principalement - en ligne, via notre site internet, de façon à pouvoir garder le contact avec nos clients. La distribution physique - pourquoi pas chez Boulanger et Nature & Découvertes, qui ont déjà montré de l'intérêt pour notre produit - viendra après. Déjà parce que c'est beaucoup plus long à mettre en place puis... notre produit est complexe à expliquer. C'est la raison pour laquelle nous voulons nous assurer de comprendre nos consommateurs et ce qu'il leur plaît, avant de démarrer cette étape importante et coûteuse.

des informations sur l'âge et l'état d'usure du produit. Un dispositif qui est assez difficile à mettre en place, qui doit être en mesure d'apporter de vraies réponses - crédibles, toujours exploitables avec les futures technologies connectées. »

Des produits complexes

Aussi prometteuse soit l'offre pléthorique destinée à l'accompagnement au sommeil, une ombre demeure au tableau : la véracité scientifique des bienfaits avancés par ces produits. Trackers de fréquence cardiaque, capteurs de mouvements ou d'environnement, lampes favorisant l'endormissement et le réveil, bandeaux ou masques, oreillers régulateurs de température ou, encore, écouteurs nocturnes diffusant des sons de nature pour garantir un sommeil de plomb à ses utilisateurs, etc. semblent être autant d'objets favorisant la e-santé clé en main. Et de fait, tous permettent de récolter des données - plus ou moins scientifiques (tous les produits vendus ne sont pas certifiés par des professionnels de santé) - censées aider le client final à améliorer la qualité de ses nuits et, par extension, son état général.



« Mais attention ! Un certain nombre de techniques et appareils connectés ne sont pas validés scientifiquement et n'apportent que des renseignements «marketing». Ils sont d'ailleurs souvent abandonnés par leurs utilisateurs au

bout de quelques semaines. Par ailleurs, certains produits, ajoutés à la surface des matelas, peuvent détériorer la qualité du couchage, donc du sommeil. En outre, nous savons que l'excès de connections Wifi n'est pas obligatoirement excellent pour la santé. »

La fiabilité des produits qui font l'écosystème du sommeil connecté n'est, donc, pas encore totalement avérée. Et de fait, aucun objet n'est, pour l'instant, aussi performant que l'analyse clinique du sommeil, appelée polysomnographie (PSG). Il s'agit d'un examen médical très complet lors duquel, grâce à des électrodes installées sur la tête, le visage, la poitrine et les jambes, sont - entre autres - décelées les apnées du sommeil. Il est donc nécessaire, pour être reconnu à leur juste valeur, que les fabricants - à l'instar de Moona, Lucibel ou Terrillon - continuent de s'entourer de professionnels de la santé. Des industriels qui, par ailleurs, comptent sur la distribution, sa manière de théâtraliser les produits et la formation de ses forces de vente, pour faire comprendre au plus grand nombre les vertus de leurs produits. ■