



L'édito de François Koehl

Bonjour à tous,

Le premier jour du CES est le moment de vous souhaiter une excellente année 2021 au nom de toute l'équipe Tasmane. Bien sûr, nous pensons particulièrement à ceux d'entre nous, depuis les soignants jusqu'aux métiers touchés directement par les freins, voire les arrêts d'activités, en leur souhaitant le meilleur pour 2021. A tous, que la santé accompagne cette nouvelle année.

Si la situation particulière et singulière de 2020 a imposé son rythme à quasiment tous les métiers, le CES a lui aussi repensé sa présence mondiale en « 100% digital ». Via une plateforme outillée par Microsoft, le CES 2021 a ouvert ses « portes » le 11 Janvier 2021. D'un Las Vegas grouillant et vibrant à l'écoute des sessions d'annonce, le distanciel s'est imposé.

La situation que nous vivons crée les conditions pour se poser de nouvelles questions. Pour certaines d'entre elles d'ailleurs, elles n'étaient pas envisageables comme un télétravail massif ou la fermeture de magasin avec report sur le eCommerce. Ce n'est pas que la réponse n'existait pas, mais bien que la question n'avait pas sa place. Elle devient aujourd'hui une forme de normalité.

Rien d'étonnant donc, à ce que le CES 2021 ouvre sur les idées de santé, de protection et de technologie au service de l'humain (et non plus en remplacement de l'humain) ... le tout dans une ambiance de transformation plus marquée par l'accélération que par la rupture, comme nous le verrons.

Au travers de ces quelques pages nous allons tenter, comme chaque année, de vous faire participer à cette aventure rituelle, et pourtant si différente en 2021. Bonne lecture.

François Koehl

Associé Tasmane

Précautions

1er changement : aller au CES consiste à revenir avec ses propres photos (environ 4.000 par CES) et ne se poser aucune question sur leur utilisation. Mais là, c'est différent. Les médias ont accès aux mêmes images, à la même plateforme... comment mettre sa « touche » dans ce contexte ?

Au-delà de cette question de style, nous tenons à préciser que toutes les images fournies dans le présent document sont issues de la plateforme digital.ces.tech et du visionnage des vidéos qu'elle publie. Ces images appartiennent de droit à leurs propriétaires et sont utilisées, en lien avec la vocation du CES, dans le but d'exposer au plus grand nombre les innovations portées par les marques. Les propriétaires des droits, autant qu'ils sont connus, seront systématiquement cités.

L'expérience du « CES Digital »

Cette première journée a permis de tester les « grandes annonces » du CES. Journée constituée de vidéos à suivre comme cela se ferait sur une plateforme classique de streaming.

Les vidéos d'annonce sont enregistrées à l'avance et, de fait, un beau travail de marketing a été fait comme il est souvent fait pour le CES.

Quelques sessions de questions-réponses ont suivi certaines conférences et ont permis de mettre en avant des phases de « live » où les réponses étaient données en direct.

Une fois la prise en main du site assurée, la fluidité à la fois de la navigation et des vidéos est de bon niveau, et les plateformes Microsoft sur lesquelles s'appuie le CES ont tenu le choc, y compris les « Live » qui se déroulent sur Teams.

Une réussite pour Microsoft dont Gary Shapiro avait annoncé le partenariat dès la mi-année.

Bon, maintenant, il faut tenir quatre jours à ce rythme pour balayer le maximum des sujets, des conférences (plus de 150) et des startups. Ce sera l'expérience digitale présentée demain...

Le mot clef « accélération »

Droit : toutes les images montrées ici sont issues de la conférence « CTA's 2021 Tech Trends to Watch » présentée par le CTA sur la plateforme digital.ces.tech.



Il est de coutume d'écouter Steve Koenig, le VP Research du CTA. Il a fait, avec un de ses directeurs de recherche, Lesley Rohrbaugh, un tour de ce qu'il y a à voir au CES.

Embarquons...

Pour illustrer son propos, Steve Koenig a repris la citation de Christopher Freeman, économiste, qui montre que l'innovation s'accélère pendant les ralentissements de l'économie.



“ Innovation accelerates and bunches up during economic downturns only to be unleashed as the economy begins to recover, ushering in powerful new waves of technological change. ”

Christopher Freeman, British Economist

L'innovation s'accélère et se regroupe pendant les ralentissements de l'économie, pour être ensuite libérée lorsque l'économie commence à se redresser, ouvrant la voie à de nouvelles vagues puissantes de changements technologiques.

Le mot est lancé, ce sera « accélération ».

Notons qu'accélération ne signifie pas forcément rupture...

Pour aller plus loin, Peter Koenig a mis en avant quelques données :

Global Tech Adoption in Fast Forward



E-Commerce

10 Years in 8 Weeks

Increase in e-commerce deliveries



Telemedicine

10x in 15 Days

Increase in virtual appointments



Streaming Video

7 Years in 5 Months

Netflix vs. Disney+ to hit 50M subscribers



Remote Learning

250 Million in 2 Weeks

Students who went to online learning

Quel que soit l'angle choisi (e-commerce, télé-médecine, streaming...) chacun a fait un saut dans l'avenir en un temps record. Cela touchant d'ailleurs particulièrement le « grand public ». Le plus étonnant étant que Disney, durant le confinement, a atteint en 5 mois ce que Netflix a mis 7 ans à bâtir !

Mais il en est de même pour la transformation digitale, que Satya Nadella lui-même quantifie de l'ordre de 2 ans gagnés en une période de 2 mois :



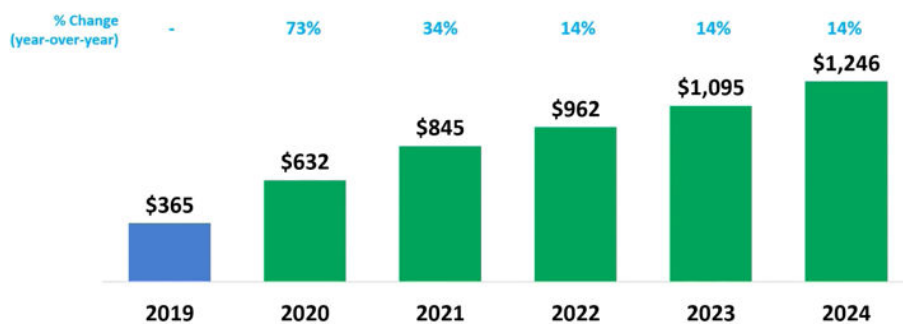
“We've seen two years' worth of digital transformation in two months.”

Satya Nadella, CEO, Microsoft

01. Parlons santé

Là aussi, une accélération en 2020 du nombre d'appareils connectés pour surveiller la santé. Bien sûr, la « santé@home » est devenue un incontournable là où, depuis plusieurs CES, elle se cherchait une vertu entre « médecine sans médecin », « patient à distance » ou « médecin à distance ». Tout cela est derrière nous, avec une évidente démultiplication des solutions de santé en passant par le Digital -> +73% entre 2019 et 2020 en nombre d'appareils connectés de surveillance de la santé.

Five-Year Forecast: Connected Health Monitoring Devices U.S. Shipment Revenue (\$Million)



La surveillance prend d'ailleurs des formes diverses, portées de plus en plus en continu sur soi, au-delà du marché des montres et bracelets déjà bien installé. A l'instar de ces innovations, une bague (Ring Oura) et un « bouton » (BioButton) de la grosseur d'une pièce permettent le suivi des signes vitaux et la détection précoce des symptômes du COVID.

Wearables – Not Just for Your Wrist



Oura Ring



BioButton by BiointelliSense

Si ces appareils montrent que l'Internet des Objets est aussi une des grandes accélérations de 2020, il en va de même pour d'autres technologies qui précipitent leur entrée dans l'hôpital ou à domicile.

The Future of Digital Health Innovation

Robot Triage Helpers



AI in Diagnosis



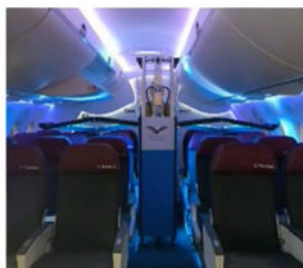
XR in Medicine



Les robots que l'on attend à l'entrée des urgences pour trier les patients. Ici il est intéressant de voir que les années précédentes, ce choix aurait été fait pour des optimisations financières ou le remplacement du personnel de premier contact. Aujourd'hui, il sera fait pour la protection de tous, y compris du personnel soignant.

L'intelligence artificielle pour l'aide au diagnostic devient plus présente, ainsi que les différentes formes de vision augmentée autorisant plus d'interaction entre professionnels ou avec les patients.

Les robots seront d'ailleurs attendus pour l'hygiène, car ils sont à même de nettoyer certaines zones au-delà de la poussière, en poussant jusqu'aux traitements par UV :



Germ Falcon



UVD Robots



Tru-D
Smart UVC



Xenex LightStrike



Amazon's Sanitization Robot

Source: CTA, *COVID-19 Impact on Technology Innovation: U.S. & Europe*, September 2020

02. Parlons transformation digitale

La transformation digitale a accéléré profondément, et parfois même totalement bouleversé les croyances autour du Cloud. L'année 2020 aura montré que l'adoption du Cloud a été dopée par la crise sanitaire. Pour 60% des interrogés notamment, l'appui sur le Cloud dépasse ce qui était imaginé auparavant.

Health Crisis Triggers Race to Cloud

Among global enterprise organizations

- 59%** | expect cloud usage to exceed prior plans due to COVID-19
- 61%** | plan to focus on cloud migration
- 83%** | cited security as their top cloud challenge, followed by cost (82%)

La nouvelle rassurante est que cette course au Cloud est également équilibrée avec la préoccupation de sécurité pour 80% des personnes interrogées. Sagesse...

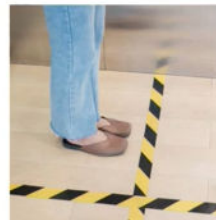
En parallèle, c'est un retour au travail qui sera marqué par de nouvelles précautions prises et l'utilisation d'un faisceau de technologies pour en sécuriser l'usage collectif.



**Touchless & Voice
Enabled Tech**



Cleaner Air & Surfaces



**Occupancy & Social
Distancing**



Remote Collaboration

Certaines d'entre elles étaient considérées ces dernières années comme avant-gardistes, voire futuristes, et vont devenir très rapidement notre quotidien.

03. Parlons robots de livraison

S'il est un domaine où il a été important de se réinventer pour faire face à l'accélération des volumes, c'est bien dans toute la chaîne de livraison.

Ainsi, des innovations qui pourtant datent de plus de 10 ans pour certaines, mènent des levées de fonds pour soutenir leur développement, démontrant l'intérêt pour la capacité de démultiplication de ces solutions.



Starship Technologies (Estonia)
Founded: 2014
Funding: €74.7 million



Balyo (France)
Founded: 2005
Funding: €10 million



PAL Robotics (Spain)
Founded: 2008
Funding: €600k

Source: Silicon Canals

Enfin les grands de la logistique poursuivent les utilisations de la livraison en utilisant l'autonomie sur route et dans les airs :



Amazon's Scout Delivery Robot

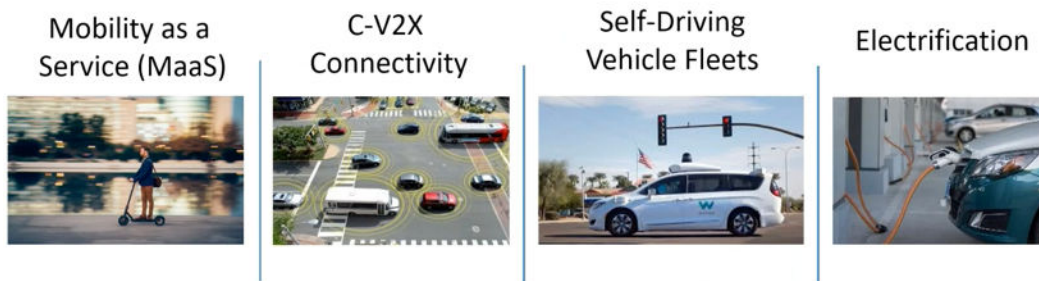


UPS & CVS Partnership using
Matternet's M2 drones

04. Parlons mobilité

Les services autour de la mobilité seront nombreux et démultipliés par la 5G. Mais ce n'est pas une technologie qui fera la bascule dans les nouveaux usages, c'est un bouquet complet partant de la « mobility as a service » jusqu'à l'électrification.

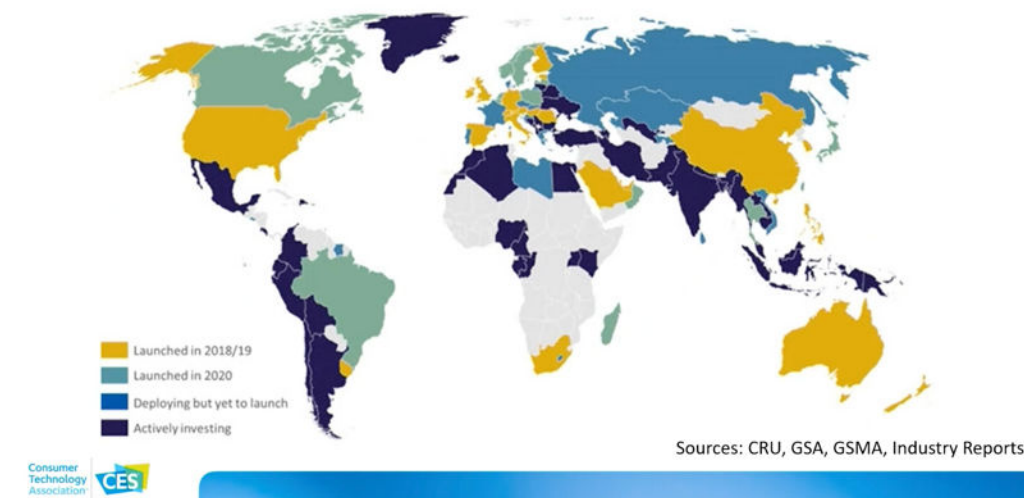
The Future of Transportation Debuts at CES 2021



De l'aveu même de Steve Koenig, nous en parlons depuis plusieurs CES mais l'accélération est là aussi.

Au service et au cœur de cette future mobilité, le déploiement de la 5G est bien lancé :

5G Networks: Global Status

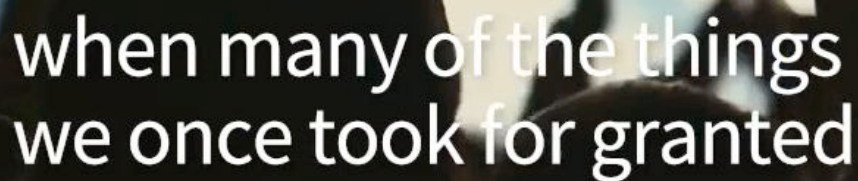


Peut-être allons-nous voir un CES d'usage...

Une marque intéressante : LG

Droit : toutes les images montrées ici sont issues de la conférence « LG: Life is ON... Make Yourself @ Home » présentée par LG sur la plateforme digital.ces.tech. Tous droits réservés.

Des messages très ciblés sur la période qui vient de s'écouler :



when many of the things
we once took for granted



now seem like distant memories



Humanity hasn't changed



because our desire to lead better lives
is stronger than the forces around us

Ce qui explique leur message clef pour ce CES 2021 :



05. Beyond TV

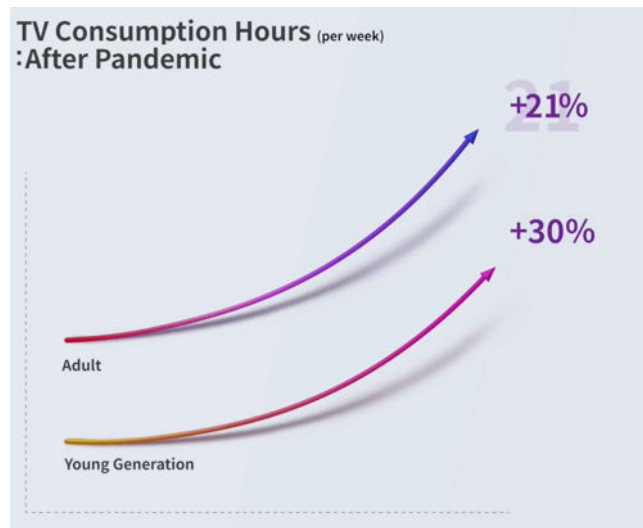
Bien sûr, nous voyons cela depuis longtemps -> le téléviseur n'est plus une télévision. Il fait office de centre de commande de la domotique, de plateforme de jeu, d'accès à des services toujours plus nombreux... Mais cette année, le téléviseur passe un cap :



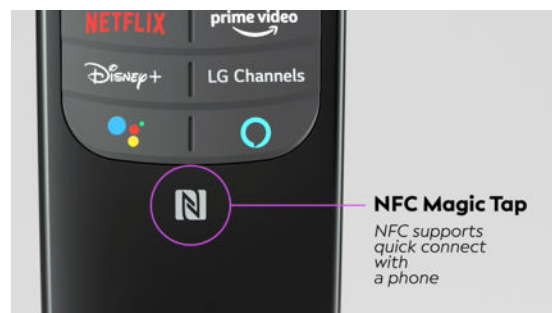
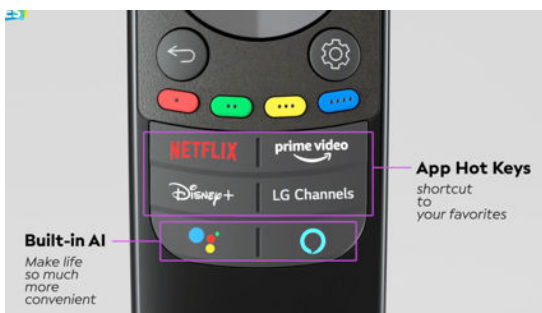
LG donne ici le ton de ce qu'est l'évolution des écrans au sein de la maison d'où le titre de leur conférence *'Make Yourself @ Home'*.



Et il est clair pour LG que le téléviseur et la télévision ont été un élément important de la période qui vient de s'écouler. L'usage montre des augmentations significatives et bien compréhensibles, en période de confinement, de la consommation de télévision.



Notons également que la consécration d'un service vient de sa présence sur la ... télécommande... Et celle-ci intègre de plus en plus de services en natif comme Disney+ venant rejoindre Netflix et Prime Vidéo :



Mais également de nouvelles fonctionnalités comme celle d'un magic tap pour passer directement l'image de votre iPhone sur le téléviseur en tapant légèrement (nous avons bien dit légèrement...) sur le côté de votre téléviseur.

06. Purificateurs d'air

Il semble évident qu'un marché, démarré depuis plusieurs années et promis à un certain avenir dans des régions polluées comme nous en connaissons, prend un essor nouveau du fait de la pandémie : le purificateur d'air.

C'est toute une gamme que LG est venu démontrer : LG PuriCare.



A noter que cela va du purificateur pour lieu collectif au purificateur personnel que vous emportez avec vous :



De la grosseur d'une enceinte audio classique, ce purificateur a pour objectif de purifier l'air autour de vous.

Dans une déclinaison en masque (PuriCare Wearable Purifier), le savoir-faire de LG s'adapte à la situation du moment et vise la protection contre le Covid :



Ce sont également les robots qui participent à la purification de l'air par UV en étant capable, grâce à l'intelligence artificielle, de reconnaître les obstacles et de se mouvoir dans un lieu dédié :



07. Derrière le téléviseur, un écosystème LG ThinQ

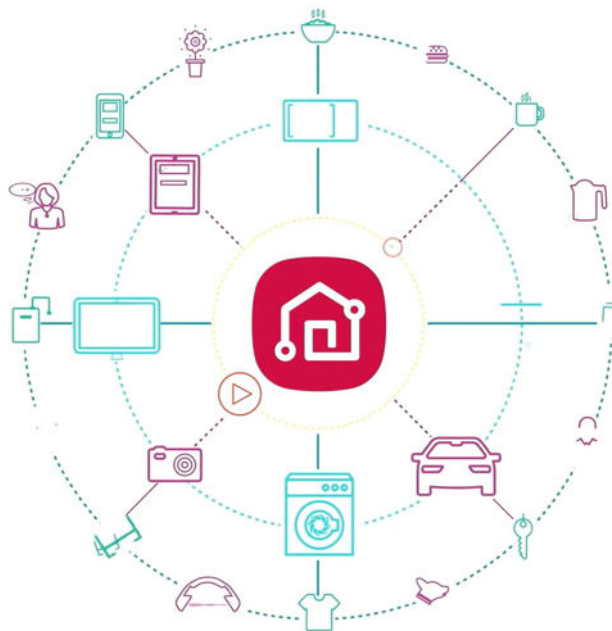
Pour LG, il n'est pas question d'un téléviseur ou d'une App mais bien d'un écosystème appuyé sur l'intégration de multiples composants et capteurs et fédéré par LG ThinQ :



Les services rendus par cet écosystème vont jusqu'à détecter une panne avant que l'utilisateur ne s'en aperçoive « proactive customer care », voire à lancer l'appel d'intervention. Il s'agit d'une réelle plateforme avec l'ensemble des pièces nécessaires à assurer cela :



Et avec une vision très ouverte de cette intégration :



08. L'influenceuse virtuelle de LG : un avatar

LG a profité du salon pour mettre en avant son avatar appuyé sur l'intelligence artificielle et une fluidité exceptionnelle. L'an dernier, c'était Samsung qui avait lancé cette tendance et il est à parier que cela démocratise les interfaces virtuelles en frontal des Chatbot par exemple.

Du nom de Reah Keem, l'influenceuse virtuelle de LG fait la promotion de la gamme et a su se tisser un réseau sur la toile avec un site Instagram et plusieurs milliers d'abonnés.



Tendance probablement à suivre dans un monde où les magasins ne sont pas toujours accessibles et où le e-commerce devient une plateforme qui cohabite avec les réseaux sociaux qui, eux, deviennent les 'démonstrateurs'. Une façon pour LG de se connecter directement à ses clients.

Des exemples de son site Instagram :

