



HIGH-TECH

Xiaomi, le nouvel ami de la maison ?

Incontournable sur le marché de la téléphonie mobile et de la domotique, ce mastodonte chinois de l'électronique entend investir nos poches... et nos foyers.

PAR LOÏC HECHT_ILLUSTRATION TIAGO GALO

L LE 18 JANVIER, veille de l'Acte X des Gilets jaunes, Xiaomi inaugurerait sur les Champs-Élysées son quatrième Mi Store français, un flagship digne de son rang de numéro 4 mondial de la téléphonie : 490 m² plantés sous le nez d'Apple et Samsung. Débarqué en France en mai 2018, Xiaomi est né en 2010 à Zhongguancun, la Silicon Valley pékinoise, sous la houlette de Lei Jun. Dans un écosystème marqué par l'afflux de capitaux, une compétition féroce et une course permanente à l'innovation, la marque n'a cessé de croître, au point de s'imposer comme l'un des quatre géants de la tech chinoise, les BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi). Après un lancement humble – deux smartphones et une trottinette – Xiaomi, qui vaut déjà 45 milliards d'euros, n'a pas tardé à déployer ici le modèle redoutable qui a déjà conquis la Chine et l'Inde.

D'un côté, Xiaomi asphyxie la concurrence avec de bons téléphones vendus à des prix très

bas, presque sans marge. De l'autre, elle joue à fond la carte de la domotique. Le Mi Store des Champs commercialise ainsi une myriade d'objets connectés : purificateur d'air, télévision, caméra, lampe, aspirateur, bouilloire et même brosse à dents. En Chine, l'offre est encore plus démente, avec des lits, frigos, lave-linge, autocuiseurs... Pour proposer un tel panel, Xiaomi a investi dans plus de 220 entreprises

et couvrent plusieurs dizaines de start-up. Dans *I.A., la plus grande mutation de l'histoire* (Les Arènes, 2019), Kai-Fu Lee, l'un des investisseurs chinois les plus en vue, décrypte l'engouement : « L'ensemble forme un écosystème domestique abordable et facile à configurer, car les divers appareils, connectés au wifi, se reconnaissent automatiquement les uns les autres. L'utilisateur les contrôle par commande vocale ou à l'aide de son téléphone. »

Pour compenser ses prix bas, Xiaomi, qui revendique plus de 200 millions d'utilisateurs de MIUI (son système d'exploitation mobile dérivé d'Android), propose de nombreux services Internet : les abonnements et la publicité assuraient 39% de son profit brut en 2018. Et avec plus de 196 millions d'objets connectés à son gestionnaire MI Home (pilotes par des smartphones, évidemment) la firme amasse des quantités astronomiques de données qui renforcent ses algorithmes : de quoi satisfaire les attentes des utilisateurs et récolter toujours plus de données. Malgré un souci (résolu depuis) sur deux de ses téléphones (Redmi Note 5 et Mi Mix 2S) qui dépassaient les débits d'absorption spécifique autorisés, Xiaomi a grappillé quasiment 5% du marché français de la téléphonie en dix-huit mois, et ouvert sept magasins. Une broutille à l'échelle de ses deux mille points de vente dans le monde. Lei Jun s'est toujours rêvé d'un destin grandiose à la Steve Jobs. Ça en prend le chemin.

TROIS OBJETS NÉS SOUS X



MI 9 LITE

Joli design, batterie endurante, performances graphiques impressionnantes, seul l'appareil photo pêche un peu... Mais à 299 euros, il domine sa catégorie.



MI 365M ELECTRIC SCOOTER

La trottinette qu'on voit partout, et pas pour rien. Stable, bien amortie, confortable avec près de 30 km d'autonomie, un bon plan ride pour 399 euros.



MI BEDSIDE LAMP 2

Porte d'entrée dans l'écosystème domotique de Xiaomi, cette lampe pilotable vocalement change de teintes et d'intensité au gré de vos envies, pour 39,99 euros.