

# Les robots, futurs héros des crises sanitaires ?

*Et si on mettait les robots en première ligne, pour préserver les humains ? Une utopie encore loin d'être réalisable.*

Temps de lecture : minute

---

10 juin 2020

Serait-ce enfin leur moment ? Vont-ils enfin connaître leur âge d'or ? La crise sanitaire peut-elle enfin nous faire aimer les robots ? Distanciation sociale et gestes barrières obligent, les interactions humaines sont limitées au strict minimum et chaque rencontre avec un humain hors de notre premier cercle - familles et amis - donne lieu à quelques angoisses, voire de véritables crises de panique pour les plus hypocondriaques d'entre nous. Les robots, eux, ne postillonnent pas, ne sont pas porteurs du coronavirus pour peu qu'on évite de les toucher et se révèlent bien utiles à certaines tâches nécessaires, même pendant le confinement.

Partout dans le monde, ils ont rendu service pendant cette période de crise. Le robot Pepper, testé depuis plusieurs années déjà par les hôpitaux, a investi le service réanimation de la Pitié-Salpêtrière afin de mettre en relation les malades et leurs proches. Avec un intérêt limité, à en croire nos confrères du *Figaro* : " *il y a des contraintes telles que le personnel préfère utiliser des moyens plus simples, comme des télévisions sur pied* ", reconnaît Softbank Robotics, à l'origine du robot. Dans d'autres pays, des robots ont été utilisés pour accueillir les patients et les diriger vers les différents services hospitaliers, limitant ainsi le risque de contagion pour les personnels médicaux tout en les soulageant de cette mission.

# Des usages variés

Les robots désinfectants ont eux aussi été mis à profit : en Chine ou à Singapour, ce sont eux qui ont arpenté les rues ou les couloirs de certains établissements publics pour nettoyer les surfaces à grands coups d'UV. Là encore, une précaution d'hygiène : ils permettent de ne pas exposer qui que ce soit à la présence éventuelle du virus tout en optimisant le temps et les moyens consacrés à une tâche précise.

Enfin, aux États-Unis, les robots ont livré médicaments ou produits alimentaires, avec l'avantage de protéger les livreurs, qui ont été particulièrement exposés au virus pendant la crise, mais aussi les clients. Des usages qui collent parfaitement avec les attentes des clients, à en croire Alexandre Auriac, chief commercial and innovation officer chez Pazzi, startup qui a développé un robot pizzaïolo. *"La crise a provoqué une accélération commerciale qui s'inscrit dans le cadre d'une demande d'hygiène plus globale des consommateurs, attestée par des réglementations toujours plus contraignantes en la matière pour les professionnels."*



À lire aussi

Comment la crise cristallise les tensions entre livreurs et plateformes

## Le B2B reste le principal débouché

Le mythe d'une logistique 100% hygiénique, parfaitement optimisée et efficace, a repris du poil de la bête (robotisée) pendant le confinement, laissant croire qu'après des années de promesses non réalisées, les robots allaient enfin nous épater. Mais l'engouement ne devrait pas durer. D'abord parce que les robots d'aujourd'hui restent des propositions technologiques souvent dénuées de sens, alors que la crise a montré c'est une composante désormais essentielle pour les consommateurs. *"Les gens sont très exigeants vis-à-vis de ce que la technologie fera pour eux, souligne Alexandre Auriac. Ils ont besoin d'éthique, de sens, pour adhérer à un service."* Aussi efficace soit-il, le robot Pazzi s'est ainsi doublé d'une politique de réduction des déchets pour allier l'utile au pratique.

*"La crise a induit un effet de mode autour des robots B2C mais cela ne devrait pas durer, tranche Alexandre Mordacq, partner chez 360 Capital,*

qui dispose d'un fonds dédié à la robotique. *Le marché est plus mature en B2B, où il existe un retour sur investissement plus évident.*" Et la crise devrait appuyer cette tendance, déjà à l'oeuvre depuis plusieurs années. *"La crise sanitaire aura un effet dopant à moyen et long terme sur la robotique B2B mais il faut pour cela que les commerçants se mettent à l'automatisation et ça demande des investissements conséquents. Il est donc encore un peu tôt pour en voir les effets."*

Dans une tribune publiée par *La Tribune*, Héctor González-Jiménez, professeur associé en marketing à l'ESCP Business School, résume bien toute l'ambivalence des robots : *"s'il est vrai que les avantages et les inconvénients doivent être étudiés soigneusement, des exemples récents à Wuhan et en Thaïlande indiquent que lorsqu'ils sont utilisés de manière réfléchie, les robots peuvent être de précieux partenaires en temps de crise"* . Encore faut-il savoir où poser les limites dans des crises aussi inédites que celle que l'on vient de vivre.

---

Article écrit par Geraldine Russell