

# Le secteur de la bijouterie peut-il constituer un débouché pour les objets connectés?

Par [Quentin Capelle](#) | 25 novembre 2013 | [Laisser un commentaire](#)

**Mots-clés :** Retail / Luxe, Innovation, Luxe Corp., Amérique du Nord, David Kotz, luxe, objets connectés



[Twitter](#) 51 [g+1](#) 3 [Recommander](#) 30 [Share](#) 18 [0](#) | [Email](#) [Print](#) [Download](#)

Le développement de boucles d'oreilles connectées enregistrant les données biométriques des patients pose la question de la transposition du modèle connecté au sein de l'industrie du luxe.

Secteur de la bijouterie et objets connectés sont-ils amenés à converger ? C'est la question que l'on peut se poser au vu des différents prototypes, mis en place récemment, s'appuyant sur des accessoires tels que les montres (Pebble, Galaxy Gear...) ou encore les bracelets (NikeFuel Band, Kapture...). Consciente de possibilités ouvertes par ces nouvelles générations de capteurs, l'équipe du Professeur [David Kotz](#) de l'[Université de Dartmouth](#) a choisi de miser sur cette tendance et a développé, pour sa part, une approche des objets connectés à usage médical via la joaillerie, à travers leur projet [Amulet](#).

## Un bijou certes mais à usage médical

Le projet Amulet consisterait ainsi en un système étendu de capteurs biométriques intégrés au sein d'objets du quotidien, accessoires, vêtements et plus particulièrement des bijoux, faisant office de serveur de stockage et d'analyse directement en lien avec les médecins. A la différence des smartphones que l'on ne porte pas forcément constamment sur soi, ceux-ci seraient à même d'offrir des informations plus précises et continues. Le but est ainsi d'arriver à un meilleur résultat au point de vue médical, tout en normalisant l'objet connecté. "Le marché va réellement s'étendre quand la technologie deviendra plus cachée dans un objet connecté qui ne ressemble pas à un produit technologique, puisque tout le monde n'aime pas cet aspect." De plus, selon ses créateurs, si le nombre d'applications médicales disponibles sur les smartphones s'est vu croître de manière exponentielle durant les derniers mois, les smartphones, n'étant pas spécialisés pour de telles applications, sont plus vulnérables. "A la différence des objets connectés spécifiquement conçus pour des applications médicales, les smartphones qui supportent un vaste champ d'application, notamment email ou Internet, posent un plus grand risque d'être confrontés à des logiciels malveillants." explique David Kotz.

## Point d'entrée du marché

De par leur plus-value technologique, mais aussi de par leur prix logiquement nettement plus élevé que leurs pendants non connectés, ces objets et bijoux connectés semblent se rapprocher du marché du luxe. A l'image des smartphones, ce peut être via une approche financièrement discriminée que les objets connectés pourraient pénétrer le marché, via une réduction graduelle des coûts d'échelle, notamment dans la systématisation de capteurs sophistiqués. "Il y a un fort marché potentiel pour les objets connectés au sein du luxe et des secteurs de haute qualité, du fait notamment de la volonté des consommateurs et du changement de mode de pensée." explique Uché Okonkwo-Pézard, Directrice Executif du cabinet de consultant Luxe Corp. Celle-ci ajoute "Ils n'interagissent plus avec la technologie sur une base isolée mais ont complètement intégré les produits digitaux au sein de leur mode de vie." Cependant si le développement de tels produits peut créer un marché pour les utilisateurs connectés, il pourrait s'avérer difficile, au sein du luxe d'en dépasser l'aspect gadget. Comme l'explique Uché Okonkwo-Pézard, "Dans le luxe, le symbole est plus important que la fonction, il doit donc toujours y avoir un certain équilibre."