

Web et numérique

JDE Edition Provence-Côte-d'Azur

Sophia Antipolis. Lucie Labs : Après le bracelet connecté, la chaussure intelligente

ajouté le 20 octobre 2016

En intégrant sa technologie dans les baskets de la marque parisienne Wise & Ope, la start-up sophilopolitaine s'ouvre à d'autres marchés que le divertissement.

On la connaît pour ses bracelets LED lumineux et connectés, baptisés Lucie Wristband et imaginés pour augmenter l'expérience spectateur dans les stades, salles de concert et de spectacle. Mais c'est avec des chaussures intelligentes que Lucie Labs fait aujourd'hui le buzz. Il faut dire qu'en s'associant avec la marque parisienne Wise & Ope, dont l'un des actionnaires n'est autre que le rappeur américain Lil Wayne, la jeune pousse sophilopolitaine offre une formidable vitrine à sa technologie permettant de rendre n'importe quel objet traditionnel en "must" interactif.



Larges fonctionnalités

Dans le cas de la basket Hype8 Kicks, lancée lors du dernier salon Viva Tech, les fonctionnalités sont de tout ordre : esthétique (possibilité de choisir depuis son smartphone la couleur des LED), festive (combiner sa playlist avec des programmes d'éclairage), voire disruptive (guider, à la manière d'un GPS, le propriétaire en vibrant à droite ou à gauche selon l'itinéraire à emprunter).

« Cette collaboration nous permet de nous ouvrir à d'autres monde que le divertissement : la chaussure bien sûr, mais aussi le marché du luxe et du sport en général », explique son co-fondateur Yan Lee-Dajoux. Car la valeur ajoutée de Lucie Labs, au-delà de l'expérience proposée, tient dans sa capacité à récupérer et analyser les données, permettant ainsi une meilleure connaissance de l'utilisateur. L'objectif, à court terme, est donc de « gagner une référence client sur chacun des marchés visés », et de générer ainsi un premier chiffre d'affaires de 500 K€.

Aux JO de Tokyo ?

Toutefois, la start-up ne dévie pas de son cap, censé la mener tout droit vers les JO de Tokyo en 2020. « Le Japon est très en pointe en matière de stades connectés, l'enjeu est donc de s'y positionner avec un bracelet s'inscrivant dans une logique à la fois de service et de sécurité », reprend le dirigeant qui vient d'y ouvrir un bureau. « En anticipation ». Car il s'agit d'abord de « bien comprendre les attentes et usages des utilisateurs avant de passer en mass production ».

Pour ce faire, 200 premières pièces ont été distribuées en mai lors de l'inauguration du Grand Paris. D'ici à la fin 2016, sept autres événements sont programmés, pour lesquels Lucie Labs fournira à chacun entre 200 et 500 unités. « L'idée est de monter progressivement en puissance pour être capable d'équiper un stade de 50.000 places à la fin 2017. » Les 850 K€ levés en avril auprès de la plateforme de crowdfunding

Allianz, BPIFrance et PACA Emergence l'accompagnent dans cette première phase, même si un second tour de table sera nécessaire à l'horizon 2018.

Lucie Labs

(Sophia Antipolis) Dirigeant : Yan Lee-Dajoux CA (obj) 2016 : 500 K€ 10 personnes Tél. : 04 92 94 30 53 info@lucielabs.com