

Les instruments connectés sont mis à la disposition des skieurs

INNOVATION. La start-up Piq se lance dans les sports d'hiver et annonce une offre de ski connectée avec Rossignol.

DANNY BAUMANN

Après avoir introduit son capteur omnisports dans le monde du golf et du tennis, Piq se lance dans les sports d'hiver. Leader du marché avec son capteur de données compatible avec plusieurs sports, la société dévoile, en partenariat avec le groupe Rossignol, actif dans l'industrie du ski, un objet et une plateforme connectés à destination des skieurs. Piq, filiale de l'entreprise suisse Octionion basée à l'EPF Lausanne, souhaite apporter une nouvelle dimension à la pratique du ski. Les amateurs de glisse pourront ainsi mesurer des données telles que le temps de suspension en l'air, l'accélération de l'apesanteur dans une courbe ou encore la transition de carre à carre. Une analyse de chaque virage et chaque saut afin d'être le plus performant possible. Toutes ces informations sont retranscrites en temps réel sur le smartphone grâce à une application dédiée. D'un point de vue pratique, le capteur rotatif ultra léger s'insère, grâce à un accessoire prévu à cet effet, dans un strap développé



CÉDRIC MANGAUD. *L'objectif était de développer trois sports à l'aide du fond.*

conjointement par Rossignol et Piq. A noter que l'objet est utilisable sur toutes les chaussures de ski. Vendu au prix de 149 euros, le capteur est employable dans les trois sports développés par la marque pour autant que l'on soit en possession de l'accessoire qui permet de connecter le capteur au sport voulu. Que ce soit le golf, le tennis ou le ski, chacun en possède un différent. La prévente se fait actuellement via leur site web. Le produit sera vendu dans les commerces de détail petit à petit. Pour rappel, en mai dernier, la filiale de la start-up de l'EPFL avait annoncé une levée de fond de 5,1 millions de francs auprès

de plusieurs investisseurs, dont le groupe industriel taïwanais Foxconn, numéro un mondial de la sous-traitance électronique (*L'Agefi* du 22 mai). «L'objectif était de développer ces trois sports à l'aide de ce fond», explique Cédric Mangaud, co-créateur et directeur de Piq. Pour 2016, le but est d'étendre cette offre à cinq nouvelles disciplines sportives comme la natation, le vélo ou encore la boxe.

Le projet à long terme est d'être présent dans 24 sports différents afin d'avoir une base de clients potentiels la plus importante possible. «Avec le tennis, le golf et le ski, la moyenne de pratiquants, par sport, se monte à 70 millions environ», ajoute-t-il. Comme il le mentionne, ce chiffre est à analyser. Concrètement, dans les 70 millions de personnes, seules 25% à 27% de celles-ci sont un marché potentiel. Le but étant de toucher des gens animés d'un esprit de compétition, soucieux de leurs performances. Les marchés visés sont surtout l'Europe et les Etats-Unis. Le développement de sport comme le badminton ou le tennis de table permettront à la marque

de pénétrer de façon significative le marché asiatique. D'où l'intérêt d'étendre son produit au plus grand nombre de disciplines possibles.

Autre cible: le monde des médias. Si les sportifs professionnels ne sont pas intéressants en tant qu'individu, (ils sont déjà équipés de toutes sortes de capteurs qui analysent leur performance, Piq ayant rendu ce processus accessible au grand public), ils sont intéressants par leurs disciplines retransmises en live à la télévision. L'expérience a déjà été menée lors du championnat du monde d'équitation en 2014. Des informations exclusives peuvent ainsi être données instantanément aux téléspectateurs afin que celui-ci se rende compte de la difficulté et de l'effort consenti. ■

LES AMATEURS DE GLISSE POURRONT MESURER DES DONNÉES TELLES QUE LE TEMPS DE SUSPENSION EN L'AIR, L'ACCÉLÉRATION DE L'APESANTEUR DANS UNE COURBE OU LA TRANSITION DE CARRE À CARRE.