

Lunettes connectées : Snap prévoit une V2 de ses Spectacles

Snap pourrait bien persévérer dans les « wearable technologies » avec le lancement d'une seconde mouture de ses lunettes de soleil connectées Spectacles.

Entre les mains de la FCC

Cette prochaine génération de lunettes apparaît en effet au gré d'un dépôt de documents auprès de la FCC (Federal Communications Commission), comme l'indique le site [Variety](#).

Certains documents font référence à un « modèle 002 », indiquant vraisemblablement qu'il s'agit de la seconde génération des lunettes Spectacles.

Les documents ne comprennent aucun schéma ou photo de ces lunettes. On y trouve également peu de détails techniques et autres spécifications.

Toutefois, la FCC faisant office de « gendarme des ondes » outre-Atlantique, on y découvre les nouveautés relatives à la connectivité. Pas de Bluetooth 5 à l'horizon, puisqu'il est question de Bluetooth 4.2.

Pas de Bluetooth 5 mais du Wi-Fi ac

Le nouveau modèle devrait en revanche supporter la dernière norme Wi-Fi baptisée 802.11ac qui exploite exclusivement la bande des 5 GHz. Pour l'utilisateur, cela devrait se traduire par des temps de chargements plus courts de ses vidéos sur Snapchat.

Si le design des lunettes n'est pas mentionné, il est question d'une étiquette d'identification électronique, plutôt que physique, comme c'est le cas sur la première mouture des lunettes. Cela peut laisser supposer que les montures ont été repensées et sont peut-être plus fines.

Les premières Spectacles mises sur le marché ont constitué un galop d'essai pour la société qui faisait ses premiers dans le segment des wearable technologies. Historiquement, Snapchat avait déjà montré son intérêt pour le développement hardware dès 2014 avec le rachat de Vergence Labs (pour 15 millions de dollars). Une société qui avait développé des lunettes connectées baptisée Epiphany Eyewear pouvant enregistrer en haute définition HD.

Une seconde version malgré le flop

Lancées en 2016 avec force marketing au prix de 130 dollars, les lunettes Spectacles avaient initialement fait le buzz. Mais, sur la durée, ce fut plutôt un flop commercial. Drew Vollero, le directeur financier de Snap, avait révélé près de 40 millions de dollars d'inventures et d'achats excédentaires parce que Snap avait surestimé la demande pour le produit. Snap n'aurait finalement vendu que 150 000 paires de lunettes au cours de la première année du produit.

Mais, Evan Spiegel, le P-DG de Snap, qualifie toujours sa société de «camera company ». Le lancement d'une seconde mouture des Spectacles illustre la volonté farouche du groupe de mettre un pied dans le hardware, coûte que coûte.

Ce dépôt auprès de la FCC est à recouper avec de précédentes rumeurs relayées par le site [Cheddar](#) qui indiquait que Snap planchait sur deux modèles de Spectacles. Si l'un d'entre eux bénéficierait d'améliorations mineures, le second serait équipée de deux caméras et d'un GPS pour un tarif de 300 dollars. La présence de 2 caméras se traduirait par une prise en charge de la réalité augmentée (AR). Pour rappel, Le rachat de Cimagine Media survenu fin 2016 a permis à Snap d'avancer dans le domaine de la réalité augmentée.

(Crédit photo : @Snap)