

Les mises en garde contre les montres connectées sont multiples



L'expert en sciences du sport irlandais Caibhe Doherty démystifie les gadgets de santé connectés. Il révèle les atouts, mais aussi les vices de ces appareils.

Tribune de Genève

ENTRETIEN

CHRISTIAN BRÜNGGER

L'imposante Apple Watch au poignet de Caibhe Doherty en témoigne : le professeur de la University College Dublin connaît sa matière en s'y frottant lui-même. Son domaine d'étude se concentre sur l'efficacité de l'informatique vestimentaire et l'intégration des technologies mobiles dans les systèmes de santé.

Le chercheur et ses collègues ont mené une vaste étude intitulée *Keeping Pace with Wearables* (suivre le rythme des objets connectés). Comment ces appareils connectés, utilisés par des millions de personnes, fonctionnent-ils exactement ? Principal constat de cette étude basée sur les données de 430.465 personnes, dont 43 % de femmes : les résultats sont parfois très différents, au point qu'il subsiste des approximations et qu'il n'est donc pas possible de conclure à la fiabilité de certaines marques ou de certains modèles.

Analyse du sommeil et inexactitude semblent aller de pair. Pourquoi ?

Parce que la mesure est complexe et combine de nombreux signaux, comme le rythme cardiaque ou la fréquence respiratoire. Cela conduit inévitablement à des erreurs. Il faut aller vers un perfectionnement des appareils que nous portons au poignet. Ces gadgets mesurent le flux sanguin à la surface de la peau et sont souvent imprécis lors de mouvements rapides du poignet, par exemple lors de séances de musculation. A cet égard, les appareils équipés d'une ceinture thoracique, qui enregistrent les signaux électriques cardiaques, sont plus performants. Les personnes qui pratiquent une activité physique intense et qui souhaitent obtenir des chiffres plus précis devraient les utiliser.

Vous dites donc que nous, athlètes moyens, n'avons pas grand-chose à gagner avec de telles mesures ?

C'est la question philosophique fondamentale sur le sujet. Pour les sportifs amateurs, leurs propres sensations, comme la fatigue ou l'effort, pourraient être plus pertinentes que ces données.

Pourquoi ma montre doit-elle me dire si j'ai bien dormi ?

Une automesure excessive peut avoir des effets négatifs, notamment sur le sommeil. Certaines personnes qui se servent d'objets connectés pour surveiller leurs nuits développent une obsession relative aux valeurs analysées. Elle peut engendrer elle-même des problèmes de sommeil et donc une réelle dégradation de sa qualité. Il ne faut pas accorder trop d'importance à des fonctions telles que la *body battery*, et veiller plutôt à son bien-être général.

Qu'est-ce que la « body battery » ?

(Rires.) Il s'agit d'un indicateur de condition physique quotidienne qui aide à gérer son capital énergétique, une notion très élastique qui dépend de multiples facteurs. Ces valeurs offrent un aperçu souvent superficiel. Elles sont imprécises et sujettes à des variations dues au sommeil, au stress ou à la qualité de vie. Autre exemple : si je me lève et que je me sens bien, mais que ma montre indique que le suivi de mon énergie vitale n'est que de 83 %, je vais considérer ce résultat comme une baisse de régime. C'est pourquoi, encore une fois, il ne faut pas trop se laisser influencer par de telles indications.

Une sorte de cercle vicieux ?

Le principal risque lié à la simplification de données complexes en un seul chiffre est son inexactitude. Dans de nombreux cas, les utilisateurs qui n'ont pas accès à ces valeurs sont finalement mieux lotis car il s'agit fréquemment d'un stratagème marketing qui n'apporte aucun bénéfice réel.



Pour les sportifs amateurs, leurs propres sensations, comme la fatigue ou l'effort, pourraient être plus pertinentes que les montres connectées



Quand ces capteurs peuvent-ils vraiment nous être utiles ?

L'Apple Watch est par exemple capable de détecter une fibrillation auriculaire. Ses fonctions sont basées sur des données évaluées et validées au cours d'essais cliniques. Les appareils ont donc la capacité d'aider à surveiller les maladies chroniques ou à détecter les problèmes cardiaques. Ses atouts vont alors bien au-delà de la simple convivialité : ils offrent des avantages réels sur le plan médical.

Des infirmières ou médecins numériques ?

La technologie de ces petites machines connectées présente un énorme potentiel dans le domaine de la santé. Prenons par exemple la mesure de l'activité physique par les pas ou la collecte de

données GPS : elles sont toutes deux très utiles pour obtenir un aperçu de la santé de la population. Dans un avenir où presque tout le monde en Europe possèdera un de ces appareils électroniques, nous pouvons parler de surveillance à distance, dans le sens positif du terme. Imaginez qu'après un séjour à l'hôpital, votre appareil puisse surveiller vos signes vitaux et offrir ainsi des soins continus.

Les utilisateurs doivent être conscients qu'ils transmettent des informations médicales sensibles à des fournisseurs tiers



Vous vous extasiez. Oui, parce que j'y vois une bonne chose : la possibilité d'analyser de grandes quantités de données pour identifier des modèles dans la population et développer des stratégies de santé ciblées, notamment sur les groupes à haut risque.

Mais une question majeure demeure : qui collecte les données, où sont-elles stockées, et qui les protège ?

Je recommande à toutes celles et tous ceux qui achètent un tel outil de se poser ces questions. En effet, les pratiques des entreprises en matière de protection des données varient parfois considérablement. Les utilisateurs doivent être conscients qu'ils transmettent des informations médicales sensibles à des fournisseurs tiers. Il est essentiel de savoir quel usage en est fait.

Quelles entreprises sont convaincantes ? Lesquelles ne le sont pas ?

Prenons les marques Fitbit ou Whoop. Elles collectent beaucoup de données personnelles. Il faut ensuite payer si on souhaite avoir plus de détails. Je trouve cela très délicat d'un point de vue éthique. Chez Garmin, pour citer une autre marque, j'ai en revanche, en tant qu'utilisateur, un accès complet à mes données. Il devrait en être ainsi pour tous les fabricants. Il y a autre chose qui est important.

Quoi ?

Le pays dans lequel se trouve le siège de l'entreprise. Les obligations légales concernant le traitement des données générées par les outils connectés sont parfois très différentes. Les entreprises européennes ont tendance à avoir des lois sur la protection des données plus strictes que celles de pays comme la Chine.

Faut-il choisir son gadget en fonction de cet aspect ?

Avant d'en acheter un, il faut lire la politique de confidentialité de l'entreprise et vérifier comment celle-ci traite les données collectées, si elles restent anonymes, si elles sont employées à des fins de marketing ou transmises à des tiers. Les utilisateurs doivent vérifier si la société en question propose des options claires de transfert ou de suppression des informations au cas où l'on souhaite se séparer de son appareil.

Que faut-il encore prendre en considération ?

Les consommateurs devraient se demander quels éléments ils sont prêts à partager et si les avantages potentiels l'emportent sur les risques. Si une firme n'est pas transparente ou n'a pas de bonnes pratiques en matière de protection des données, il peut s'avérer judicieux de chercher des alternatives. Il est également utile de se renseigner sur les expériences faites par les autres acheteurs pour évaluer la qualité d'un produit en termes de protection des données et de facilité d'emploi.

Doudounes t'as plus rien

LVMH a pris une participation dans le fabricant de vestes de ski Moncler. Les héritiers de Lacoste possèdent la marque Fusalp. Histoire d'une montée en gamme.

Tribune de Genève

DÉCODAGE

NICOLAS PINGUELY

Michel Blanc, avec ses inénarrables combinaisons de ski, nous a quittés. Tristesse. Les Bronzés ne skient plus. Hasard (malheureux) du calendrier, on apprend que les vestes de montagne Moncler intéressent le groupe de luxe LVMH, qui vient de prendre une participation dans cette PME franco-italienne. Les vestes de ski se veulent aujourd'hui branchées. Et plus seulement à Verbier, Megève ou Gstaad.

Bref, les temps changent. Pour un peu, on pourrait même dire que le pathétique Jean-Claude Dusse, campé par le défunt acteur à la fin des années 70, est un lanceur de tendance. Les doudounes de montagne portées à Paris ou à Genève sont effectivement devenues très *hype*. De Moncler à Fusalp, les marques d'habits de ski, lancées dans la région grenobloise dans les années 50, en ont fait leur spécialité. Alors que ces dernières se trouvaient en grande difficulté au début des années 2000, elles ont depuis visé le segment du luxe. On parle de doudounes à souvent plus de 1.000 euros.

Les géants ont investi

En 2023, Moncler a réalisé un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros alors que la marque était au bord de la faillite il y a une vingtaine d'années. La situation est un peu similaire avec Fusalp, tombée en désuétude au début des années 2000. Ses ventes avaient atteint un plancher à 6 millions d'euros en 2013. Rachetée alors par les héritiers Lacoste, la marque voit ses ventes désormais flirter avec les 50 millions d'euros.

Cette stratégie s'est avérée porteuse. Les vêtements de ski haut de gamme se révèlent être très lucratifs. « Chez Moncler, les marges nettes atteignent 20 % », détaille un analyste financier spécialiste du marché de la consommation, « ce qui ressemble davantage au luxe qu'à l'industrie vestimentaire où le leader, Inditex, avec sa marque Zara, ne génère que 15 % de profits nets. » Chez le géant H&M, ces marges sont, elles, de l'ordre de 5 %.

Les géants du luxe ne sont pas très loin derrière. « De Dior à Chanel en passant par Prada, toutes les marques ont aujourd'hui leur doudoune », rappelle Suzanne De Freitas, designeuse à Genève. Là, le prix des vestes matelassées peut grimper à près de 4.300 euros.

LVMH (Louis Vuitton, Fendi, Givenchy, etc.) l'a bien compris. Le géant français du luxe cherche à se diversifier en entrant au capital de Moncler. « Pour ce groupe, c'est un segment de luxe moyen

