

Smart Glasses Daily · Livre blanc industrie

# L'État des Lunettes Intelligentes en 2026

Des Ordinateurs Faciaux aux Compagnons IA

Mai 2026

[smartglassesdaily.com](https://smartglassesdaily.com)

# Résumé exécutif

2026 est le point d'inflexion pour les lunettes intelligentes. Après une décennie de faux départs, le marché n'est plus un fantasme technologique monolithique mais une industrie en voie de maturation et segmentée. Ce n'est pas l'année d'un seul appareil 'moment iPhone' ; c'est l'année où la catégorie se fracture en archétypes de produits distincts et viables. La proposition de valeur fondamentale est passée d'une caméra sur le visage à un copilote proactif alimenté par l'IA pour votre vie, donnant enfin aux consommateurs une raison convaincante de porter un ordinateur.

Quatre archétypes définissent désormais le paysage. Premièrement, le 'Compagnon IA' sans écran offre une intelligence ambiante, axée sur la voix, dans un format conventionnel. Deuxièmement, l'affichage tête haute ('Heads-Up Display' ou HUD) fournit une couche pragmatique d'informations contextuelles sans immersion totale. Troisièmement, l'écran multimédia ('Media Display') filaire offre un écran privé et cinématique pour le divertissement et la productivité. Enfin, les lunettes 'Full AR', le Saint Graal de l'informatique spatiale, promettent de fusionner de manière transparente les mondes numérique et physique.

Cette fragmentation du marché est le reflet d'une confrontation géopolitique. D'un côté, les géants américains de la technologie — Meta, Apple, Google et Snap — exploitent leurs vastes plateformes et écosystèmes d'IA pour construire de puissants jardins, bien que fermés. De l'autre, une vague d'innovateurs chinois agiles comme Rokid, TCL RayNeo et INMO commercialisent rapidement du matériel riche en fonctionnalités à des prix agressifs, éclipsant souvent les offres occidentales sur des capacités spécifiques.

Le débat n'est plus de savoir *si* les lunettes intelligentes atteindront une adoption de masse, mais *quel format* conquerra des tâches quotidiennes spécifiques. Avec des levées de fonds massives consolidant les leaders de la catégorie, des lancements de produits majeurs par des acteurs longtemps inactifs, et l'IA fournissant un 'pourquoi' tangible, 2026 est l'année où l'industrie des lunettes intelligentes passe de la fascination de niche au champ de bataille grand public.

## Points clés

**01.** 2026 est l'année de la percée, portée par l'intégration mature de l'IA et la segmentation du marché, et non par un unique appareil 'moment iPhone'.

**02.** Quatre archétypes de produits distincts ont émergé, mettant fin à l'approche 'taille unique' : les Compagnons IA, les HUD, les Écrans Multimédia et les lunettes AR complètes.

**03.** Le marché est une course à trois : les géants des plateformes américains (Meta, Apple) contre les innovateurs matériels agiles de Chine (Rokid, TCL), avec un troisième front 'ouvert' qui se bat pour les développeurs et les marchés de niche.

**04.** L'IA proactive et toujours active est l'application phare de 2026, transformant les lunettes de simples caméras passives en copilotes de vie indispensables.

**05.** Le secteur professionnel a trouvé un retour sur investissement concret dans les lunettes spécialisées pour la logistique (Vuzix) et la traduction en temps réel (Even Realities), validant des

cas d'utilisation à haute valeur ajoutée au-delà de la sphère grand public.

## Introduction

Soyons clairs : le rêve d'une seule et unique lunette intelligente toute-puissante est mort. Pendant des années, l'industrie a poursuivi l'idée de 'l'appareil tout-en-un' — un ordinateur monolithique pour votre visage qui remplacerait votre téléphone. Cette quête a conduit à des échecs encombrants, coûteux et socialement maladroits. Mais en 2026, le récit a fondamentalement changé. L'ordinateur facial maladroit a disparu, remplacé par l'indispensable compagnon IA. Les lunettes se transforment d'un gadget passif qui voit en un copilote proactif qui pense.

C'est l'année de la percée. Alors que les cycles de battage médiatique précédents étaient alimentés par des démos et des promesses, 2026 est construite sur des lancements de produits concrets, des logiciels matures et une traction indéniable du marché. Le pari de Snap, qui dure depuis une décennie et s'élève à plusieurs milliards de dollars sur les 'Specs', arrive enfin sur le marché. Meta itère rapidement sur sa gamme Ray-Ban avec des fonctionnalités IA qui offrent une réelle utilité, du suivi nutritionnel en temps réel aux résumés WhatsApp. Pendant ce temps, les investisseurs injectent des centaines de millions dans les leaders de la catégorie comme Viture, signalant un passage sismique des expérimentations financées par le capital-risque à des entreprises durables.

La nouvelle maturité du marché se comprend mieux à travers ses quatre archétypes distincts :

1. **Le Compagnon IA** : Supprimant totalement l'écran, cette catégorie mise sur l'interaction ambiante et vocale. Les 'AI Glasses Style' de Rokid et les lunettes audio-centrées de Xiaomi privilégient le confort tout au long de la journée, une autonomie prolongée et un accès transparent à un assistant IA. Elles ne sont pas destinées à visualiser le métavers ; elles servent à naviguer dans la réalité avec un guide intelligent qui vous murmure à l'oreille.

2. **L'Affichage Tête Haute (HUD)** : C'est le juste milieu pragmatique. Le nouveau 'Display' de Ray-Ban Meta et les modèles concurrents de Rokid proposent un écran discret et non immersif pour les notifications, les directions virage par virage ou la traduction en direct. Ils améliorent votre monde, ils ne le remplacent pas. C'est l'archétype qui apporte une valeur immédiate et tangible pour les tâches quotidiennes.

3. **Le Cinéma Mobile & Moniteur Virtuel** : Perfectionnées par des marques comme XREAL, Viture et TCL RayNeo, ces lunettes filaires servent sans complexe un cas d'utilisation phare : un écran privé massif et haute définition. Que ce soit pour regarder des films en vol ou comme configuration multi-écrans pour un ordinateur portable, ce segment a trouvé une base de fans passionnés en résolvant un problème clair sans gadget AR.

4. **Les Vraies Lunettes AR** : La catégorie la plus ambitieuse, c'est la promesse originelle de l'informatique spatiale dans un format portable. Les 'Specs' de Snap et les prototypes très surveillés d'Apple visent à concrétiser cette vision, en superposant des objets numériques persistants et interactifs sur le monde physique. Bien qu'elle soit encore la plus naissante, les avancées en matière d'IA sur l'appareil et d'optique en font une réalité imminente plutôt qu'un rêve lointain.

# Le marché — Archétypes

## Lunettes IA sans écran

*Lunettes privilégiant les assistants IA toujours actifs, le retour audio et la capture par caméra plutôt que toute forme d'affichage visuel. Elles fonctionnent comme des copilotes proactifs pour la vie quotidienne, déléguant le traitement à un appareil connecté ou au cloud.*

**Poids:** 35-50g · **Prix:** \$299-\$499

**Leaders:** Meta · Rokid · Xiaomi

**Produits clés:** Ray-Ban Meta Gen 2 (Meta) · Rokid AI Glasses Style (Rokid) · Mijia Smart Audio Glasses (Xiaomi)

La guerre silencieuse pour votre oreille est le nouveau champ de bataille. Alors que l'industrie se focalise sur les superpositions visuelles, le vrai volume se trouve dans les lunettes IA sans écran. L'itération continue de Meta sur sa plateforme Ray-Ban, désormais rejointe par le modèle dédié AI Glass Style de Rokid et l'entrée axée sur l'audio de Xiaomi, témoigne d'un pari massif sur l'informatique ambiante. La proposition de valeur est simple : l'intelligence sans intrusion. C'est la seule catégorie avec un format grand public éprouvé et évolutif, s'appuyant sur des partenariats de mode pour résoudre le problème critique du 'glasshole'.

L'ensemble de la pile technologique est en cours de réingénierie pour cet avenir 'hearable'. Des partenariats comme celui de Brilliant Labs avec Alif Semiconductor sont pionniers en matière d'IA en périphérie (edge AI) à très basse consommation et axée sur la confidentialité, une réponse directe aux exigences 'toujours actives' de ces appareils. L'expérience utilisateur repose sur la proactivité de l'IA, transformant les lunettes d'une caméra passive en un copilote qui résume vos conversations de groupe ou suit votre nutrition sans que vous ayez à regarder un écran. Le succès ultime de cette catégorie ne dépend pas du matériel, mais de l'intelligence invisible qui l'alimente.

**Faiblesse** — Dépendance totale à l'audio et à l'interprétation de l'IA. Sans écran pour la vérification, les commandes mal comprises ou les résumés inexacts de l'IA deviennent des points de défaillance importants, érodant la confiance de l'utilisateur.

## Lunettes HUD

*Lunettes légères qui projettent un affichage tête haute (HUD) simple et minimalement interactif dans le champ de vision du porteur. Elles fournissent des notifications contextuelles, des directions et des données en temps réel comme des traductions en direct.*

**Poids:** 45-75g · **Prix:** \$499-\$899

**Leaders:** Rokid · Even Realities · Vuzix · Meta

**Produits clés:** Rokid Glasses (Rokid) · Even Realities G2 (Even Realities) · Ray-Ban Meta Display (Meta) · Vuzix M-Series (Vuzix)

C'est la catégorie des bêtes de somme des lunettes intelligentes, qui fait un retour discret en se concentrant sur l'utilité plutôt que sur le spectacle. Pendant que les géants de la tech poursuivent le dragon spatial, des entreprises comme Even Realities livrent aujourd'hui des applications phares, la traduction en temps réel des G2 faisant voler en éclats les barrières linguistiques dans le commerce mondial. De même, Vuzix mise à fond sur le secteur peu glamour mais très rentable de la logistique avec des programmes de déploiement rapide pour ses systèmes de préparation de

commandes basés sur le HUD.

Les innovateurs chinois définissent l'ensemble des fonctionnalités, défiant les acteurs occidentaux établis. Les dernières Rokid Glasses ciblent directement Meta en incluant un écran discret, reconnaissant que pour de nombreux utilisateurs, l'audio seul ne suffit pas. Le lancement du modèle Ray-Ban Meta Display est l'aveu tacite de Meta de cette réalité du marché. La tension principale de 2026 est de savoir si ce HUD 'suffisant' est une catégorie durable ou simplement un produit de transition sur la feuille de route vers la AR complète.

**Faiblesse** — La 'vallée de l'étrange' des écrans. La superposition 2D semble datée par rapport à l'informatique spatiale, pourtant le matériel est plus envahissant qu'une monture sans écran. La catégorie est coincée entre deux avenir plus attrayants.

## Lunettes de AR complète

*Lunettes autonomes ou connectées capables d'afficher des objets numériques 3D conscients de l'environnement et de l'espace. Ces appareils prennent en charge des applications complexes et le suivi des mains/yeux, alimentés par des systèmes d'exploitation spatiaux dédiés.*

**Poids:** 70-150g · **Prix:** \$999-\$1,999

**Leaders:** Snap · XREAL · TCL RayNeo · Rokid

**Produits clés:** Specs (Snap Inc.) · XREAL ONE Series (XREAL) · RayNeo X3 Pro (TCL RayNeo) · Rokid AR Spatial (Rokid)

Le rêve de la AR grand public se précise enfin, mais c'est une vision fracturée. 2026 est l'année où le pari de plusieurs milliards de dollars de Snap sur les 'Specs', qui dure depuis une décennie, arrive enfin sur le marché, promettant une expérience AR socialement intégrée. Pendant ce temps, des entreprises comme XREAL et TCL RayNeo se battent pour le marché des développeurs et des prosumers, avec des produits autonomes puissants comme le X3 Pro offrant de l'IA sur l'appareil et la série XREAL ONE repoussant les limites de la visualisation 3D.

La guerre des plateformes s'intensifie en préparation. L'Android XR de Google fournit des lignes directrices fondamentales pour un écosystème cohérent, tandis que l'adoption d'OpenUSD promet l'interopérabilité. Mais l'éléphant dans la pièce est Apple. Bien que ses lunettes restent spéculatives, le visionOS du Vision Pro établit déjà la norme pour l'interaction spatiale et cultive la base de développeurs. Le succès de la 'AR complète' ne dépend pas du lancement matériel de 2026, mais de l'entreprise qui convaincra les développeurs de construire pour sa plateforme en premier.

**Faiblesse** — Le désert de contenu. Le matériel devient enfin viable, mais l'écosystème d'applications est stérile. Sans une application phare au-delà des nouveautés de niche, ces appareils puissants restent des solutions à la recherche d'un problème pour le consommateur moyen.

## Lunettes de MR (Réalité Mixte)

*Casques et lunettes plus volumineuses axés sur la fourniture d'expériences de réalité virtuelle et mixte entièrement immersives. Ils utilisent un passthrough vidéo haute fidélité pour mélanger les mondes réel et numérique, privilégiant la puissance de traitement au détriment de la portabilité tout au long de la journée.*

**Poids:** 300-600g+ · **Prix:** \$1,500-\$3,500+

**Leaders:** Apple · Samsung · Magic Leap

**Produits clés:** Apple Vision Pro (Apple) · Samsung Galaxy XR (Samsung) · Magic Leap 2 (Magic Leap)

C'est la pointe de la technologie, où les règles de l'informatique personnelle sont réécrites à prix d'or. Le Vision Pro d'Apple a à lui seul légitimé la catégorie et établi le modèle UX/UI pour la prochaine décennie d'informatique spatiale. Le Galaxy XR de Samsung, axé sur l'entreprise, et le partenariat stratégique de Google avec Magic Leap représentent la réponse multiple de l'écosystème Android. Il ne s'agit pas de construire des lunettes ; il s'agit de construire la prochaine plateforme informatique, le récent retrait stratégique de Meta montrant à quel point ce combat sera astronomiquement coûteux.

Alors que les médias sont obsédés par un futur 'Vision Air' plus léger, l'impact immédiat de cette catégorie se situe dans l'entreprise. Magic Leap 2 continue de cibler cet espace, et l'accent mis par Samsung sur le support d'Android Enterprise pour son Galaxy XR souligne une concentration sur un retour sur investissement tangible. Ces casques puissants transforment les flux de travail dans la conception, la formation et l'assistance à distance. Le 'métavers' était peut-être un mirage, mais 'l'espace de travail spatial' professionnel est une réalité tangible et à haute valeur en 2026.

**Faiblesse** — Isolement et manque de praticité. Malgré le passthrough vidéo, ce sont fondamentalement des casques isolants, pas des dispositifs portables sociaux. Leur poids, leur autonomie et leur prix les rendent peu pratiques pour autre chose qu'une utilisation stationnaire et basée sur des sessions, limitant sévèrement leur marché potentiel.

# Deep dives — Acteurs occidentaux

## Meta

### Le moteur de normalisation : Gagner les cœurs et les esprits, une Ray-Ban à la fois

Meta a passé le début de 2026 à lancer une rafale de mises à jour logicielles, transformant ses lunettes Ray-Ban et Oakley existantes en compagnons AI plus performants. La poussée du printemps '26 a apporté le suivi nutritionnel mains libres, les résumés de fils de discussion WhatsApp et l'enregistrement de l'affichage pour le nouveau modèle Ray-Ban Meta Display. En déployant simultanément des montures compatibles avec les ordonnances, Meta a démontré sa concentration acharnée à aplanir chaque point de friction pour une adoption de masse, alors même que des rumeurs d'un modèle 2026 plus avancé et à AI persistante, nom de code 'Aperol', commençaient à circuler.

Le pari stratégique de Meta repose sur la normalisation et l'incrémentalisme. Ils contournent la course aux armements de l'informatique spatiale, coûteuse et de haute technologie, en utilisant le cheval de Troie des lunettes de mode pour placer des caméras, des microphones et l'AI sur des millions de visages. L'objectif n'est pas de construire l'appareil AR ultime aujourd'hui, mais de cultiver une base d'utilisateurs massive à l'aise avec la technologie portable. Chaque mise à jour logicielle est une brique de plus dans le mur de leur écosystème, formant les utilisateurs et leurs modèles d'AI pour un avenir où les lunettes seront de véritables assistants proactifs, et non de simples enregistreurs passifs.

Le fossé est l'ambition technologique. Bien que Meta domine en termes de ventes et de reconnaissance de marque, son matériel semble conservateur par rapport à la concurrence. Des rivaux chinois comme Rokid livrent des affichages virtuels bien plus immersifs, et leur AI ressemble moins à une distribution de fonctionnalités au compte-gouttes qu'à une utilité fondamentale. Meta domine le marché actuel, mais ils risquent d'être déjoués par des acteurs plus affamés qui construisent le marché de demain. Ils gagnent la bataille d'aujourd'hui, mais la guerre pour la plateforme de demain est loin d'être terminée.

**Verdict** — Acheter. Meta livre les seules lunettes intelligentes matures et polyvalentes que vous pouvez réellement acheter et porter sans honte.

## Apple

### Le fantôme dans la machine : Perfectionner l'avenir dans un laboratoire d'un milliard de dollars

Apple n'a rien livré dans la catégorie des lunettes intelligentes au cours des 18 derniers mois, et c'est toute l'histoire. Au lieu de cela, l'entreprise a méticuleusement cultivé son jardin d'informatique spatiale, avec les applications Vision Pro raflant les prix de 2025 et visionOS 2 débloquent des fonctionnalités essentielles comme le suivi d'objets 3D. Chaque mouvement — de l'amélioration de l'AI sur l'appareil pour l'accessibilité à son investissement massif dans la fabrication aux États-Unis — est un travail préparatoire pour un futur produit de lunettes. Apple

n'est pas dans la course ; elle construit un nouveau circuit de course.

La stratégie est du pur Apple : patience, perfectionnisme et verrouillage de l'écosystème. Ils se contentent de céder le marché précoce aux lunettes-caméras de Meta et à d'autres expériences, pariant que lorsqu'ils arriveront enfin, leur produit redéfinira la catégorie. Le Vision Pro est un test bêta public massivement coûteux pour visionOS et ses paradigmes d'interaction. Le véritable enjeu est le supposé 'Vision Air' — un appareil plus léger et moins cher prévu pour 2027 qui héritera de ce système d'exploitation mature et d'une communauté de développeurs déjà à l'aise avec la conception spatiale.

Le fossé d'Apple est l'ensemble du marché des lunettes. Pendant que Meta recueille des téraoctets de données d'utilisateurs du monde réel et que Snap se prépare à lancer son appareil AR social, Apple peine dans son laboratoire. Cette stratégie du 'produit parfait' a fonctionné pour les smartphones et les montres, mais le risque est plus grand ici. Si l'approche 'suffisamment bonne' de Meta crée un effet de réseau inattaquable, ou si Android XR favorise un écosystème matériel suffisamment dynamique, Apple pourrait se retrouver à lancer le plus bel et élégant appareil du monde sur un marché qui est déjà passé à autre chose.

**Verdict** — Attendre. Un appareil Apple est une fatalité, et il sera peaufiné, puissant et cher. Ne vous enfermez pas tout de suite dans un écosystème rival.

## Snap

### Le pari du tout ou rien sur l'AR sociale

L'année 2026 de Snap a commencé par un paradoxe : de profondes suppressions d'emplois au sein de l'entreprise qui ont ostensiblement isolé sa division de lunettes AR. C'était un signal d'intention clair, validé par la confirmation que ses lunettes AR 'Specs', attendues de longue date, seront enfin lancées pour les consommateurs cette année. Après un cycle de R&D de 11 ans et de plusieurs milliards de dollars, ce n'est pas une expérience matérielle fantaisiste comme les Spectacles originaux. C'est un moment décisif pour la vision de longue date de Snap d'une communication native en AR.

Le pari de Snap est focalisé sur la créativité sociale. Il n'essaie pas de construire un assistant AI pour toute la journée ou un écran de cinéma portable. Il construit l'extension ultime de la caméra Snapchat. La stratégie consiste à tirer parti de son leadership en matière de logiciels AR et de sa connexion profonde avec une génération de natifs numériques qui vivent déjà à l'intérieur de ses Lenses. L'application phare, parie Snap, n'est pas la productivité ; c'est la création et le partage de votre identité à travers une couche numérique sur la réalité.

Le fossé est la viabilité commerciale. Snap possède une bibliothèque inégalée d'expériences AR et de données utilisateur, ce qui lui confère un avantage logiciel. Mais c'est un viron nageant avec les requins que sont Meta et Apple. Les Spectacles V1-V3 ont été des échecs commerciaux. Si les nouvelles 'Specs' ne parviennent pas à s'étendre au-delà d'une niche de créateurs Snapchat acharnés, cela pourrait porter un coup fatal aux ambitions matérielles de l'entreprise, la laissant comme simple fournisseur de logiciels pour les plateformes d'autres sociétés.

**Verdict** — Attendre. Une décennie de battage médiatique se concrétise en 2026. Voyez si Snap réussit son coup avant d'investir dans sa vision d'un avenir rempli de filtres.

Google

## Être la plateforme, pas le produit : Le manuel Android est de retour

Fidèle à lui-même, Google a passé 2025-2026 à essayer de construire la plomberie du futur. Au lieu d'un appareil phare, il a publié des lignes directrices de conception pour Android XR, donnant au monde un plan pour sa vision des lunettes alimentées par l'AI. Il a cimenté cette stratégie de plateforme par des partenariats clés : s'aligner avec Magic Leap pour l'AR d'entreprise haut de gamme et rejoindre l'Alliance for OpenUSD pour promouvoir les standards ouverts. Google ne construit pas une paire de lunettes ; il construit le système d'exploitation pour TOUTES les lunettes.

La stratégie est une répétition directe du manuel Android : être la couche logicielle ouverte et omniprésente qui alimente un écosystème matériel diversifié. Google parie que l'ouverture surpassera l'innovation du jardin clos d'Apple et qu'une variété de matériel de partenaires comme Samsung déjouera l'approche unique de Meta. En visant à alimenter tout, d'un assistant AI à 200 \$ à un équipement d'entreprise à 3000 \$, Google veut posséder les données, les services et la relation avec les développeurs, quel que soit le fabricant des montures.

Le fantôme de Google Glass hante la stratégie. Le plus grand fossé de l'entreprise est l'absence d'un produit phare qui serve de référence. Pendant que Meta livre des produits et qu'Apple peaufine son appareil vedette, Google publie des manifestes. Sans un 'Pixel for XR' pour prouver le concept et faire avancer l'écosystème, Android XR risque la même fragmentation et la même qualité inconstante qui ont tourmenté ses autres initiatives de plateforme. C'est une stratégie solide sur le papier, mais elle cède entièrement le récit aux rivaux qui, eux, vendent réellement des choses.

**Verdict** — Attendre. La plateforme sous-jacente est essentielle, mais tant qu'il n'y aura pas d'appareil incontournable fonctionnant sous Android XR, ce ne sera qu'un ensemble d'idées séduisantes.

Brilliant Labs

## Armer les rebelles : La boîte à outils open-source pour la révolution AR

Brilliant Labs a poursuivi sa mission discrète de donner du pouvoir à la classe des créateurs. Au lieu d'un lancement grand public spectaculaire, son action déterminante de l'époque a été un partenariat stratégique avec Alif Semiconductor. Cet accord se concentre sur la création de solutions d'AI ultra-basse consommation et axées sur la confidentialité qui s'exécutent directement en périphérie de réseau. C'est une manifestation matérielle directe de leur philosophie axée sur les développeurs, fournissant un outil puissant et piratable — le Monocle — à la communauté qui, selon eux, innovera véritablement en AR.

Leur pari stratégique est sur le bricoleur de garage, pas sur le client de Best Buy. Brilliant Labs est l'antithèse d'un géant au jardin clos. Ils parient que les applications phares de l'AR n'émergeront pas d'une présentation PowerPoint d'entreprise chez Meta, mais d'un développeur indépendant

avec un outil ouvert et puissant. En se concentrant sur la confidentialité et le traitement sur l'appareil, ils construisent une plateforme en laquelle les développeurs peuvent avoir confiance et sur laquelle ils peuvent bâtir sans demander la permission, se positionnant comme le premier fabricant d'outils pour la frontière de l'AR.

Le fossé est l'ensemble du marché grand public, mais c'est là tout l'intérêt. Le Monocle est un appareil de niche sans complexe qui requiert des compétences techniques. C'est à la fois sa force principale et son plafond commercial. Tandis que les géants se battent pour la domination du grand public avec des appareils peaufinés et restrictifs, Brilliant Labs gagne la loyauté des premiers adeptes et des visionnaires qui inventeront les cas d'utilisation que les géants essaieront de copier en 2028. Leur défi est de rester pertinents alors que les plateformes grand public deviendront inévitablement plus puissantes.

**Verdict** — Acheter. Pour les développeurs, les hackers et les créateurs, le Monocle est l'outil AR le plus excitant, ouvert et puissant que vous puissiez vous procurer.

### Even Realities

## Le poney à un seul tour qui est en fait une licorne

Alors qu'une grande partie de l'industrie débattait du potentiel vague des 'assistants AI', Even Realities a livré un miracle concret. S'appuyant sur la présence commerciale établie par son G1, le modèle G2 de l'entreprise est arrivé fin 2025 avec une fonctionnalité unique et stupéfiante : la traduction linguistique en temps réel et dans le champ de vision. L'entreprise n'a pas seulement livré une mise à jour ; elle a livré une solution, transformant le rêve de science-fiction d'un traducteur universel en un produit commercial que vous pouvez acheter.

La stratégie d'Even est un cours magistral de concentration. Elle contourne toute la question 'à quoi servent les lunettes intelligentes ?' en fournissant une seule réponse de grande valeur. Le pari est que pour un marché substantiel de professionnels mondiaux, un appareil qui éradique parfaitement les barrières linguistiques n'est pas un gadget 'sympa à avoir', c'est un équipement professionnel essentiel. Cette concentration simplifie tout, de la conception matérielle au marketing, leur permettant d'offrir une expérience qui semble magique plutôt que multifonctionnelle.

Leur plus grande force est aussi leur vulnérabilité la plus flagrante. Even Realities domine aujourd'hui le secteur de la traduction, avec une solution qui semble d'un ordre de grandeur supérieur à la fonctionnalité-gadget proposée par les rivaux. Le fossé est le temps qu'il faudra pour que les modèles d'AI généralistes de Google et Meta deviennent 'suffisamment bons'. La survie à long terme d'Even dépend entièrement de leur capacité à maintenir cette avance technologique, en s'assurant que leur solution dédiée reste manifestement supérieure à la version 'gratuite' qui sera bientôt sur tous les autres appareils.

**Verdict** — Acheter. Si vous travaillez avec plusieurs langues, le G2 n'est pas une lunette intelligente, c'est un superpouvoir.

# Deep dives — Acteurs asiatiques

## XREAL

### Le Puriste de l'AR qui Mise Tout sur une Connexion Filaire

XREAL a passé la fin de 2025 et le début de 2026 à affiner sa proposition principale : créer le meilleur écran que l'on puisse porter. Alors que ses concurrents se lançaient dans l'AI autonome ou l'audio minimaliste, XREAL a mis les bouchées doubles sur sa série ONE, déployant une fonctionnalité 'Real 3D' améliorée en avril 2026. Il ne s'agissait pas d'une nouvelle manœuvre matérielle, mais d'une démonstration de force logicielle conçue pour rendre leurs écrans virtuels plus immersifs pour le jeu et le contenu cinématographique. Associée à des prix promotionnels agressifs, cette initiative était un signal clair : XREAL ne construit pas un ordinateur de visage, mais perfectionne l'écran portable ultime.

Le pari stratégique de l'entreprise est qu'un segment de marché important privilégie la fidélité visuelle avant tout, et est prêt à tolérer un câble pour l'obtenir. Ils parient que la puissance de traitement d'un smartphone ou d'un ordinateur portable dépassera celle des puces embarquées dans un avenir prévisible, faisant de la connexion filaire un compromis logique pour une expérience haute résolution et sans latence. En se concentrant uniquement sur le pipeline d'affichage, XREAL vise à devenir le périphérique de référence pour une génération de joueurs mobiles, de télétravailleurs et de consommateurs de contenu qui veulent un écran privé de 100 pouces à la demande.

Cette concentration est aussi leur plus grande lacune. Contrairement à Meta, avec son vaste graphe social et son AI, ou à Apple, avec son écosystème hermétiquement fermé, XREAL ne possède aucune plateforme. C'est un accessoire matériel haut de gamme entièrement dépendant des systèmes d'exploitation d'autres entreprises, d'Android à Windows. Cela les rend vulnérables, positionnés de manière précaire entre des lunettes vidéo moins chères et 'suffisantes' de concurrents comme Viture et la menace grandissante de vrais dispositifs AR tout-en-un. Sans une couche logicielle propriétaire convaincante, ils risquent de devenir un produit de base haut de gamme sur un marché qui évolue rapidement vers l'intelligence intégrée.

**Verdict** — Un leader solide dans le créneau de l'affichage virtuel, mais sa dépendance à la connexion filaire et aux plateformes tierces en fait un pur-sang vulnérable dans une course de plus en plus remportée par les écosystèmes tout-en-un.

## Rokid

### L'Hydre Chinoise : Attaquer sur Tous les Fronts à la Fois

Aucune entreprise n'a été aussi agressivement prolifique que Rokid. Entre mi-2025 et le printemps 2026, ils ont lancé non pas une, mais trois lignes de produits distinctes : un concurrent direct des Ray-Ban Meta avec son propre écran et AI ; l' 'AR Spatial' comme réponse économique au Vision Pro d'Apple ; et les 'AI Glasses Style', un appareil radical sans écran axé uniquement sur l'interaction vocale. Cette offensive sur plusieurs fronts, détaillée dans une demi-douzaine de rapports, montre une entreprise qui itère en public et tente toutes les approches pour voir ce qui fonctionne, en s'appuyant sur les dernières puces de Qualcomm pour alimenter ses ambitions.

La stratégie de Rokid est la saturation du marché par une segmentation impitoyable. Ils n'essaient pas de construire un seul appareil pour les gouverner tous. Au lieu de cela, ils tentent de capturer chaque utilisateur potentiel, de l'utilisateur occasionnel d'assistant AI au client d'entreprise, en passant par l'amateur de calcul spatial soucieux de son budget. Leur pari est que le marché est trop diversifié pour un seul format et que la vitesse et l'étendue peuvent submerger les stratégies plus pesantes et ciblées des géants occidentaux. Avec une AI Yunque spécialement conçue pour les utilisateurs chinois et en expansion à l'étranger, ils font également un jeu géopolitique calculé.

La lacune est la mondialisation. Alors que le matériel de Rokid est indéniablement impressionnant et progresse à un rythme effréné, son logiciel et son AI semblent provinciaux. L' 'AI Yunque' est peut-être puissante, mais elle manque des intégrations profondes et riches en données de l'écosystème qui rendent Meta AI (avec WhatsApp) ou Google Assistant si captivants. La reconnaissance de la marque en dehors de l'Asie est négligeable. Pour vraiment rivaliser, Rokid doit traduire sa prouesse matérielle en une plateforme logicielle à résonance mondiale, un défi qui a déjà humilié de nombreux géants asiatiques axés sur le matériel avant eux.

**Verdict** — L'acteur le plus dynamique et agressif du secteur. Leur cadence de production matérielle est terrifiante, mais ils pourraient être déjoués s'ils ne parviennent pas à construire un écosystème logiciel et de services de classe mondiale pour l'égaliser.

## TCL RayNeo

### L'Attaque Calculée sur Deux Fronts du Géant de la Fabrication

TCL RayNeo, le descendant dans le domaine des lunettes intelligentes du géant de la fabrication d'écrans éponyme, a clairement exposé ses ambitions pour 2026 avec une gamme de produits bifurquée. La confrontation d'avril 2026 entre son RayNeo X3 Pro, une puissante centrale AI autonome, et les Air 3s Pro, un écran virtuel purement cinématographique, n'était pas un conflit interne ; c'était une thèse de marché. La vaste expérience de TCL dans la technologie des écrans est évidente dans le matériel, mais c'est leur stratégie de mise sur le marché en 2026 qui est vraiment révélatrice : ils ont livré deux solutions discrètes et de premier ordre pour deux cas d'utilisation distincts.

Le pari stratégique est que le marché des 'lunettes intelligentes' n'est pas un monolithe. RayNeo parie qu'essayer de construire un seul appareil qui soit à la fois un assistant AI proactif et un lecteur multimédia premium aboutit à un produit de compromis. En divisant leurs efforts, ils visent à conquérir des marchés verticaux spécifiques. Avec le X3 Pro, ils ciblent la foule de l' 'AI portable', et avec les Air 3s Pro, ils s'adressent aux joueurs et aux cinéphiles. Cela tire parti des forces de fabrication fondamentales de TCL, leur permettant d'optimiser la nomenclature et l'expérience utilisateur pour chaque groupe démographique cible sans compromis.

La lacune critique de RayNeo est la marque et le logiciel. Alors que TCL est un nom familier pour les téléviseurs, 'RayNeo' n'a aucun prestige de marque par rapport à Ray-Ban ou Apple. Plus important encore, un appareil AI autonome comme le X3 Pro vit ou meurt par son écosystème d'applications et l'intelligence de son assistant. Ici, ils partent de zéro, en concurrence avec Meta, Google et Apple, qui ont des équipes de relations avec les développeurs de plusieurs milliers de personnes et des milliards d'utilisateurs existants. Leur matériel est peut-être de premier ordre, mais ils amènent un couteau à un duel de pistolets logiciels.

**Verdict** — Un outsider avec la puissance de fabrication pour causer de sérieux problèmes. Leur stratégie est solide, mais ils font face à un défi monumental, peut-être impossible, de construire un écosystème logiciel compétitif à partir de zéro.

## Viture

### Le Roi Bien Financé des Spécialistes d'un Seul Domaine

Viture n'a pas fait de vagues en 2026 avec de nouveaux lancements de produits tape-à-l'œil. Elle a fait quelque chose de bien plus significatif : elle s'est assurée un trésor de guerre. Un financement stupéfiant de 100 millions de dollars annoncé en mars 2026, portant son total de levées de fonds récentes à plus de 200 millions de dollars, a solidifié sa position de champion poids lourd d'une seule catégorie : les lunettes à écran vidéo. Cette injection de capital massive confirme la mission hyper-focalisée de Viture d'être le meilleur et le plus simple écran que vous puissiez porter.

La stratégie est celle d'une domination du marché par la force brute. Viture ne s'intéresse pas à l'AI, aux caméras ou à la réalité augmentée. Ils parient qu'une part massive du marché veut simplement un écran privé de haute qualité pour leurs appareils existants, que ce soit un Steam Deck, un MacBook ou un téléphone Android. Le capital frais sera utilisé comme une arme pour sécuriser les chaînes d'approvisionnement, réduire les coûts des composants et dépenser plus que n'importe quel concurrent en marketing, établissant 'Viture' comme la marque par défaut des écrans portables, un peu comme 'GoPro' l'est devenue pour les caméras d'action.

Cette focalisation unique est, bien sûr, son talon d'Achille. Viture est une entreprise de périphériques, construisant son château sur un terrain appartenant à d'autres. Ils n'ont pas de plateforme, pas de système d'exploitation, et pas de rempart logiciel défendable. Chaque dollar de leur revenu dépend de l'ouverture continue de plateformes comme Android, Windows et MacOS. Ils sont extrêmement vulnérables à ce que des propriétaires de plateformes comme Apple ou Samsung décident de lancer un concurrent direct, ou à ce qu'un rival comme XREAL réussisse à convaincre le marché que quelques dollars supplémentaires pour des fonctionnalités AR 'Real 3D' valent la mise à niveau. Viture mène la course, mais la piste pourrait disparaître sous leurs pieds à tout moment.

**Verdict** — Gorgé de liquidités et exécutant une stratégie brillante, bien que limitée. Viture domine aujourd'hui le créneau de l'affichage seul, mais sa survie à long terme dépend de sa capacité à devenir trop gros pour que les géants des plateformes puissent l'écraser facilement.

## Xiaomi

### Le Géant Endormi Entre par la Petite Porte

L'entrée de Xiaomi sur le marché des lunettes intelligentes en janvier 2026 était typiquement prudente, pragmatique et dangereuse. Les 'Mijia Smart Audio Glasses' ont évité les écrans complexes et l'AI non éprouvée, se concentrant plutôt sur les fondamentaux : le style, le confort et une solide performance audio. Ce n'est pas une démo technologique ; c'est un produit de masse conçu pour se vendre à des millions d'unités. En commençant par l'audio uniquement, Xiaomi reproduit la stratégie qui en a fait une force mondiale : établir une tête de pont avec un produit de grande valeur et de faible complexité avant d'intensifier.

Le pari stratégique est celui du cheval de Troie. Xiaomi parie que le chemin le plus rapide pour mettre du matériel sur les visages est de résoudre d'abord un problème simple. Les lunettes audio ont un marché prouvé, bien que modeste. En livrant une option élégante et abordable via ses colossaux canaux de vente au détail et en ligne mondiaux, Xiaomi peut construire une base d'utilisateurs massive et habituer ses clients à porter de la technologie intelligente. Ces lunettes sont une plateforme en attente, un point de collecte de données et une porte d'entrée vers les lunettes AR et AI plus avancées qui viendront inévitablement ensuite de l'entreprise.

Comparée à la concurrence riche en fonctionnalités de Meta, la salve d'ouverture de Xiaomi semble désuète. Les lunettes Mijia manquent de caméra, d'écran et de l'AI sophistiquée et proactive qui définit la conversation de 2026. C'est une lacune fonctionnelle significative. Mais voir cela comme une faiblesse, c'est mal comprendre Xiaomi. Ils n'essaient pas de concurrencer les Meta Ray-Ban Display aujourd'hui ; ils construisent les fondations pour les rendre obsolètes demain. La lacune n'est pas dans les fonctionnalités, mais dans le temps. La question est de savoir à quelle vitesse ils peuvent itérer et intégrer ces lunettes dans leur vaste écosystème HyperOS.

**Verdict** — Ne vous laissez pas tromper par l'approche minimaliste. C'est l'acteur le plus patient et potentiellement le plus disruptif à entrer dans le domaine. Aujourd'hui, c'est l'audio ; demain, ce sera un concurrent AR à part entière à un prix que personne ne peut égaler.

## Halliday

### Le Rêveur du CES avec une Vision 'Proactive'

Émergeant du bruit numérique du CES 2026, Halliday est arrivé avec un pitch audacieux et conceptuel : des lunettes à 'AI proactive'. Contrairement aux assistants réactifs de Meta et Google qui attendent une commande, les lunettes de Halliday promettent d'anticiper les besoins de l'utilisateur, poussant des informations pertinentes en temps réel. Cette vision était liée à une nouvelle terminologie matérielle — le 'DigiWindow' — suggérant une approche unique pour afficher des informations qui n'est ni un simple affichage tête haute (HUD) ni une superposition AR en champ complet. Halliday a présenté un concept, pas un produit.

Le pari de Halliday est audacieux : qu'un modèle logiciel supérieur puisse permettre à une startup de dépasser les goliaths. Ils parient que le paradigme actuel 'demande-réponse' des assistants AI est une impasse et que les utilisateurs désirent une relation plus symbiotique avec leur technologie. En se concentrant sur une AI 'proactive' et contextuelle, ils visent à créer un appareil vraiment indispensable qui ressemble moins à un outil et plus à un partenaire cognitif. Le 'DigiWindow' est leur accroche, une innovation matérielle conçue pour servir au mieux ce nouveau modèle d'interaction.

La lacune pour Halliday est, franchement, le gouffre entre un stand au CES et une chaîne d'approvisionnement mondiale. Ils n'ont pas de marque, pas d'échelle de fabrication, pas de communauté de développeurs et pas de technologie éprouvée en dehors d'une démo contrôlée. Bien que leur vision d'une AI proactive soit convaincante, c'est aussi l'objectif explicite de l'ensemble du projet Android XR de Google et de l'investissement de plusieurs milliards de dollars de Meta dans Reality Labs. Halliday est un unique hors-bord tentant de déjouer une flotte de porte-avions qui naviguent tous vers la même destination.

**Verdict** — Une startup excitante, à haut risque et à haute récompense, qui pousse une évolution nécessaire de l'UX. Très probablement une cible d'acquisition ; très peu susceptible de livrer des millions d'unités sous son propre nom d'ici 2028.

# Deep dives — Spécialistes

**Samsung**

## Le champion XR pour Android attend son moment iPhone

Les partenariats avec Google et Qualcomm définiront la plateforme « Android XR ». Les livraisons en 2025 seront modestes, liées au casque haut de gamme Galaxy XR. Le véritable jeu de volume commencera fin 2026 avec les premières lunettes intelligentes Android XR. Attendez-vous à ce que les premières livraisons ciblent le marché des prosumers et des développeurs, visant un nombre à six chiffres bas en 2026 pour les lunettes, tandis que le casque pourrait atteindre un demi-million d'unités.

Samsung parie gros sur une intégration profonde avec Google et l'écosystème Android au sens large. La stratégie consiste à reproduire le succès de ses smartphones : fournir le meilleur matériel de sa catégorie, comme les écrans et les capteurs, pour une plateforme logicielle standardisée. Cette approche tire parti de sa gigantesque échelle de fabrication et de sa présence commerciale pour potentiellement dominer le marché grand public une fois que les prix et les facteurs de forme auront mûri.

L'avantage clé pour Samsung est son échelle potentielle et son contrôle sur la chaîne d'approvisionnement des composants, une chose que des rivaux comme Meta ne peuvent qu'envier. Cependant, sa principale lacune est l'absence d'un écosystème de contenu propriétaire éprouvé comparable à l'Apple Vision Pro ou au magasin Meta Quest. Son succès dépend fortement de la capacité de Google à attirer les développeurs vers la nouvelle plateforme Android XR, ce qui reste une variable non prouvée.

**Verdict** — Attendre

**Mentra**

## L'outsider de l'Open-Source qui construit une plateforme AI-First

Mentra n'est pas un acteur de volume matériel. Attendez-vous à ce que les livraisons de 2025-2026 restent dans les quelques milliers d'unités, principalement pour les développeurs et les premiers utilisateurs. L'objectif n'est pas de vendre du matériel, mais de semer son système d'exploitation open-source et sa plateforme AI Mentra Live. Le succès se mesure à l'adoption par les développeurs et aux forks de matériel tiers, et non aux ventes directes d'unités.

Mentra fait un pari audacieux sur l'ouverture et l'AI. En fournissant une alternative open-source aux jardins clos d'Apple, Meta et Google, elle espère devenir le Linux de la XR. Le cœur de cette stratégie est Mentra Live, un service d'AI contextuel en temps réel conçu comme le cerveau fondamental de toutes les lunettes intelligentes compatibles, axé sur une assistance pratique et quotidienne.

L'ouverture radicale de Mentra est son plus grand différenciateur, attirant les développeurs méfiants envers les gardiens de la grande technologie. Sa principale lacune est un déficit massif

de ressources et l'absence d'une marque grand public. Elle doit compter sur la communauté et les partenaires matériels pour créer une expérience utilisateur convaincante, un chemin difficile qui peut conduire à la fragmentation et à une qualité inégale.

**Verdict** — Passer

**Vuzix**

## **Le vétéran de l'entreprise qui défend discrètement son territoire**

Vuzix poursuivra sa croissance régulière des livraisons en entreprise. Attendez-vous à ce que les lunettes Z100 et Shield combinées atteignent 30 000 à 50 000 unités d'ici 2026. Les cycles de vente sont longs, liés à des déploiements d'entreprise spécifiques dans la logistique, la fabrication et les soins de santé. Vuzix ne vise pas le volume grand public mais se concentre sur des contrats B2B à haute marge et fidélisants.

Vuzix redouble d'efforts sur le segment de l'entreprise et des travailleurs de première ligne. Son pari est que ce marché valorise la fiabilité, la sécurité et les intégrations logicielles spécialisées plutôt que les fonctionnalités grand public de pointe. La série Z100 cible le marché massif des lunettes de sécurité avec un simple affichage de notifications, tandis que le Shield offre une réalité augmentée AR plus avancée pour les tâches complexes.

La grande expérience de Vuzix dans l'entreprise et son large portefeuille de matériel certifié et robuste lui confèrent une position solide. Sa faiblesse est la perception croissante d'être technologiquement conservatrice. Alors que des géants comme Samsung et Apple convoitent le marché de l'entreprise avec du matériel plus avancé, l'avance technique de Vuzix en matière d'optique et de facteur de forme pourrait s'éroder rapidement.

**Verdict** — Passer

**Magic Leap**

## **De la hype à l'humilité : un pivot vers la propriété intellectuelle optique**

Les livraisons du Magic Leap 2 resteront un marché de niche, probablement en dessous de 10 000 unités par an jusqu'en 2026, axées sur des applications d'entreprise et de formation médicale à haute valeur. L'entreprise a abandonné la course au volume matériel. La véritable histoire n'est pas le nombre d'unités vendues, mais le nombre de contrats de licence qu'elle peut signer pour sa technologie optique de guide d'ondes avancée.

La stratégie est un pivot complet d'un fabricant d'appareils intégrés à un concédant de licence de technologie de base. Magic Leap parie que sa propriété intellectuelle de pointe en matière d'optique et d'affichage a plus de valeur vendue à d'autres fabricants de matériel qu'enfermée dans ses propres casques coûteux. Cela leur permet de profiter de la croissance globale du marché sans les dépenses en capital massives de la fabrication et du marketing.

L'avantage clé de Magic Leap reste son ingénierie optique de classe mondiale, produisant certains des guides d'ondes les plus lumineux et les plus clairs disponibles. Sa plus grande lacune est le dommage de marque persistant de son cycle de hype initial et de l'échec du Magic Leap 1. Elle

doit prouver aux partenaires potentiels qu'elle est un fournisseur de technologie stable et fiable et non un concurrent direct.

**Verdict** — Passer

## **INMO**

### **Le concurrent poids plume qui vise la traduction mondiale**

INMO est positionné pour une croissance fulgurante dans la catégorie 'AR allégée'. Avec les modèles Air 2 et le modèle simplifié GO, les livraisons pourraient passer de 50 000 en 2025 à plus de 200 000 en 2026 si ses prix et ses fonctionnalités trouvent un écho. Son succès dépend de sa capacité à capter le marché des voyages et des affaires internationales avec sa fonctionnalité de traduction exceptionnelle.

INMO mise sur un cas d'utilisation unique et puissant : la traduction en temps réel. En créant un facteur de forme léger, abordable et socialement acceptable avec le modèle GO, elle évite de concurrencer sur des fonctionnalités AR complexes. La stratégie est de fournir une bien meilleure expérience pour un point de douleur spécifique, rendant l'appareil indispensable pour les voyageurs fréquents et les communicateurs mondiaux.

La force d'INMO réside dans sa concentration et son accessibilité. Elle offre une proposition de valeur tangible et facile à comprendre dans un appareil à moins de 500 dollars. Sa principale faiblesse est un ensemble de fonctionnalités limité qui pourrait restreindre son attrait au-delà de la niche de la traduction. Elle est vulnérable face aux grands acteurs comme Google ou Samsung qui pourraient intégrer une traduction de qualité supérieure dans leurs lunettes plus performantes et intégrées à leur écosystème.

**Verdict** — Acheter

## **Solos**

### **L'audio d'abord, la vision AI ensuite : le jeu de l'audio intelligent**

En tant que leader dans la catégorie des lunettes audio intelligentes, Solos pourrait connaître un volume important. Attendez-vous à ce que les livraisons d'AirGo Vision GPT atteignent 100 000 unités en 2025 et doublent potentiellement en 2026. L'attrait du produit réside dans sa familiarité en tant que lunettes audio, avec des fonctionnalités AI agissant comme une mise à niveau puissante mais optionnelle, abaissant la barrière à l'entrée pour les consommateurs grand public.

Solos parie que la porte d'entrée vers les lunettes intelligentes passe par les oreilles, pas les yeux. Sa stratégie consiste à perfectionner d'abord l'expérience des lunettes audio avec la musique et les appels, puis à ajouter des fonctionnalités convaincantes pilotées par l'AI comme l'intégration de GPT. Cette approche axée sur l'audio évite les défis optiques et de batterie des vraies lunettes AR tout en offrant des fonctionnalités intelligentes.

L'avantage de Solos est son matériel audio mature et son approche pragmatique, tirant parti d'un smartphone utilisateur pour la puissance de traitement via sa technologie Whisper. Cela rend les lunettes moins chères, plus légères et avec une meilleure autonomie. La lacune est que ce n'est pas un appareil de calcul visuel. Il est en concurrence avec des produits de Bose et la ligne

Ray-Ban de Meta, et ses fonctionnalités AI dépendent de services tiers comme ChatGPT.

**Verdict** — Acheter

# Conclusion

## Qui gagne en 2026

Meta. Le titan des réseaux sociaux a transformé son partenariat avec Ray-Ban et un cycle de mises à jour logicielles incessant en une arme pour conquérir le marché grand public naissant. Avec des fonctionnalités comme le suivi nutritionnel et les résumés WhatsApp, ils ont rendu leurs lunettes véritablement utiles, et non plus un simple gadget. En s'attaquant de front au problème des verres correcteurs et en agitant le spectre controversé de la reconnaissance faciale, Meta ne se contente pas de participer — il impose le rythme et définit la catégorie.

Rokid. Si Meta représente l'establishment, Rokid est l'insurrection venue de l'Est. Le géant chinois surpasse ses rivaux occidentaux en matière d'innovation, proposant à la fois des alternatives convaincantes au Vision Pro et des concurrents directs aux Ray-Ban avec une AI sophistiquée et localisée. Leur volonté d'expérimenter avec de nouvelles formes, comme les assistants vocaux sans écran, prouve qu'ils ont une vision plus claire et plus segmentée du marché que leurs homologues américains. C'est la marque à suivre.

La lunette non-intelligente. Pendant que les géants poursuivent le rêve insaisissable de la AR portée toute la journée, une révolution plus discrète est en cours. Viture, soutenu par un trésor de guerre de 100 millions de dollars, et XREAL ont prouvé qu'il existe un marché massif pour des écrans portables simples et de haute qualité. Ils n'essaient pas d'être un ordinateur ; ils sont votre cinéma personnel et privé. En 2026, bien résoudre un seul problème vaut mieux que d'essayer — et d'échouer — à tous les résoudre.

## Qui décline

Snap. Une décennie de développement et des milliards de dollars d'investissement n'ont abouti qu'à un fantôme au banquet. Avec des licenciements massifs qui saignent l'entreprise et ses 'Specs' phares arrivant avec des années de retard, Snap s'apprête à lancer un produit pour un marché déjà conquis par Meta. Ils sont un monument au danger de l'indécision, un cas d'école sur la manière de perdre une guerre avant la première bataille.

Magic Leap. Autrefois une licorne qui promettait de remodeler la réalité, Magic Leap est maintenant une bête de somme reléguée au pré de l'entreprise. Son matériel coûteux et de niche a été dépassé par des acteurs grand public et prosumer plus agiles. Leur récent partenariat avec Google ressemble moins à une alliance stratégique qu'à une bouée de sauvetage avant d'être absorbé pour son portefeuille de brevets. La magie a disparu.

# Problèmes non résolus

## Autonomie de la batterie

Le talon d'Achille de tout appareil intelligent est la crise existentielle des lunettes intelligentes. Le rêve d'un copilote AI proactif et toujours actif meurt à petit feu, attaché à un câble de chargement. Tant que la densité énergétique ne s'améliorera pas d'un ordre de grandeur, chaque appareil sera un compromis douloureux entre fonctionnalités, poids et une autonomie mesurée en heures, et

non en jours.

## Luminosité de l'écran en extérieur

Le soleil reste invaincu. Malgré tous les discours sur la réalité augmentée, la plupart des écrans deviennent illisibles en plein soleil. Cet unique obstacle technique, peu glamour, est ce qui sépare un véritable appareil portable pour toute la journée d'une nouveauté d'intérieur, et personne n'a de solution viable qui ne fasse pas fondre la batterie.

## Acceptation sociale

Le terme 'Glasshole' résonne encore dans la vallée. La manœuvre de Meta avec les Ray-Ban a habilement dissimulé la technologie, mais l'arrivée imminente d'une AI toujours à l'écoute et de la reconnaissance faciale potentielle va raviver les feux sociaux. Le défi déterminant n'est pas technique, mais éthique : comment innover sans que tout le monde autour de vous se sente comme un personnage non consentant de votre livestream personnel.

## Prise en charge des verres correcteurs

La majorité des adultes ont besoin de verres correcteurs, pourtant pour la plupart de l'industrie, c'est une considération secondaire. Ce n'est pas un problème de niche ; c'est une barrière pour plus de la moitié du marché potentiel. Tant que l'intégration des prescriptions ne sera pas aussi simple et économique qu'une visite chez LensCrafters, les lunettes intelligentes resteront un jouet pour ceux qui ont une vue de 20/20.

## Confidentialité

Ces appareils sont l'outil de surveillance ultime, tourné à la fois vers l'extérieur et l'intérieur. Des microphones et caméras toujours allumés, et une AI qui suit ce que vous voyez et dites créent un champ de mines pour la vie privée. Tandis que certaines marques brandissent l'étendard de la confidentialité avant tout, les leaders du marché sont des machines à collecter des données. C'est la bombe à retardement au cœur de l'industrie.

## Coût

Le marché est divisé en deux camps inaccessibles : des lunettes bon marché aux fonctionnalités limitées et des 'ordinateurs spatiaux' hyper-chers. L'appareil portable quotidien, véritablement 'intelligent' à moins de 500 \$, reste une chimère. Tant que le coût d'entrée ne sera pas plus proche de celui d'un casque audio haut de gamme que de celui d'un ordinateur portable, les lunettes intelligentes n'atteindront pas une adoption de masse.

# Prédictions 2027

**01.** Apple annoncera officiellement les 'Vision Air', un accessoire élégant à écran uniquement qui se connecte sans fil à un iPhone, le positionnant comme un appareil de notification et de navigation intelligent, et non comme une plateforme AR complète.

**02.** Le marché se fracturera entre les lunettes 'Edge AI' qui privilégient la confidentialité avec un traitement sur l'appareil et les lunettes 'Cloud AI' qui offrent une puissance supérieure en déchargeant le traitement sur des serveurs, créant une division philosophique et marketing

majeure.

**03.** Un acteur majeur de la AR d'entreprise, probablement Magic Leap, sera racheté pour ses brevets ou pivotera entièrement vers le logiciel, incapable de concurrencer les solutions spécialisées d'entreprises comme Vuzix.

**04.** La catégorie des 'écrans portables', initiée par XREAL et Viture, deviendra un marché d'accessoires banalisé à moins de 200 \$, avec des écrans intégrés dans les sièges d'avion et les packs de consoles de jeux.

**05.** La catégorie qui percera sera celle des lunettes 'Audio-First' : des montures à la mode, sans écran, avec une autonomie de plusieurs jours, servant d'interfaces vocales discrètes pour les assistants AI, devenant ainsi les véritables lunettes intelligentes de masse.

**06.** En réponse à des fonctionnalités comme la reconnaissance faciale, l'UE mènera la charge avec les premières réglementations sur les 'Smart Wearables', imposant des indicateurs clairs et créant de nouvelles règles de confidentialité pour les données capturées par les lunettes.

**07.** S'appuyant sur la plateforme Android XR, Samsung lancera un concurrent direct et à prix agressif aux Ray-Ban Meta, se différenciant par une intégration profonde de l'écosystème Galaxy et une plateforme de développement plus ouverte.

**08.** Les grandes chaînes d'optique commenceront à proposer des mises à niveau 'modulaires intelligentes', permettant aux clients d'ajouter un module AI et audio standardisé d'une entreprise à une large sélection de montures d'une autre.

*Le récit pour 2026 n'est pas celui de la convergence, mais d'une divergence intelligente. La vision unique d'un casque AR tout-puissant s'est fragmentée en un éventail de catégories de produits distinctes et viables : des caméras alimentées par l'AI, des cinémas portables privés, des assistants audio discrets et des outils d'entreprise ciblés.*

*La course ne vise plus à remplacer le smartphone. Les gagnants de cette ère sont ceux qui ont compris que l'avenir des lunettes n'est pas une solution unique. Ils ont résolu un problème spécifique au lieu de poursuivre une vision grandiose et inaccessible. La bataille pour votre visage a enfin sérieusement commencé, et pour la première fois, les lignes de front sont claires.*