

# CES 2024 : Baracoda dévoile BMind, un miroir connecté dédié au bien-être mental

*En 2024, Baracoda remporte son dixième « Innovation Award » pour sa huitième année consécutive au CES de Las Vegas. Un bel accomplissement pour une startup française qui innove dans l'ombre pour que la salle de bain devienne un lieu de soin.*

Temps de lecture : minute

---

8 janvier 2024

En 2021, c'est son premier miroir connecté que Baracoda a dévoilé au CES. En 2022, c'est sa balance connectée et un thermomètre fonctionnant sans batterie. En 2023, c'est son tracker d'activité qui se recharge grâce aux mouvements de son utilisateur. En 2024, Baracoda dévoile un miroir connecté dédié au bien-être mental baptisé BMind.

En effet, l'objet est capable de détecter l'état émotionnel de son utilisateur grâce à une caméra, au son de sa voix et à son langage. Le miroir peut ensuite s'adresser à l'occupant de la salle de bain grâce à un modèle de langage naturel et à de l'intelligence artificielle générative. D'après l'émotion détectée, le miroir serait en mesure de proposer une multiplicité de fonctionnalités pour l'accompagner vers un état plus serein.

## Un modèle économique favorisant l'innovation

Mais avant tout cela, il y avait Kolibree, la brosse à dents connectée. Il s'agit très certainement du produit qui a fait la réputation de Thomas

Serval dans l'écosystème de l'internet des objets. Ce succès, d'abord passé par Kickstarter, a ensuite fait l'objet d'un partenariat exclusif avec la marque Colgate en 2018. Sept ans plus tard, ce sont toujours les équipes de Baracoda qui oeuvrent dans l'ombre pour faire fonctionner les brosses à dents connectées de la grande marque. Thomas Serval découvre la puissance de fonctionnement par licence à ce moment-là et décide d'en faire son modus operandi.

*« Il y a un élément important à comprendre sur le modèle de Baracoda, partage le CEO. Contrairement à la plupart des boîtes B to C qui vont aller vendre leurs produits jusqu'aux consommateurs, nous on licencie notre technologie à des multinationales qui vont les mettre en avant dans leurs produits. »*

Grâce à cette particularité, Baracoda peut se permettre de papillonner d'un produit à un autre pour tester de nouvelles approches. À force, l'entreprise se retrouve avec un catalogue d'innovations qu'elle peut proposer à la licence d'après les besoins de ses clients.

CareOS, le système d'exploitation derrière le miroir connecté, est ainsi déjà déployé par Pierre Fabre dans les pharmacies pour faire du diagnostic de peau, ou chez des coiffeurs associés à la marque Wella pour un diagnostic sur le cheveu. *« C'est ça qui nous permet de rester des innovateurs. Cela nous permet d'être hyper innovant, on peut innover dans plein de domaines. Sinon il aurait fallu que l'on se spécialise juste sur la balance ou la brosse à dents. Mais notre vision, c'est vraiment de changer la salle de bain »*, explique Thomas Serval.

## Baracoda : vers un compagnon santé

Dans une vidéo réalisée pour le CES 2024, Baracoda tente de démontrer la puissance de cette idée en montrant comment le miroir peut automatiquement adapter la lumière de la salle de bain pour booster

l'énergie de l'utilisateur en cas de déprime. De la même manière, il peut mettre de la musique ou montrer des images de chat. Mais loin de l'image gadget que l'on pourrait associer au produit, Thomas Serval y voit un enjeu majeur.

*« Maintenir une personne à domicile coûte trois fois moins cher que de les mettre en EHPAD. Et la première raison pour laquelle tu mets quelqu'un en EHPAD, c'est la peur de la chute dans la salle de bain. On peut le détecter avec le tapis BBalance et avec nos miroirs. On peut aussi mettre en place des programmes de développement personnel avec demain un coach personnalisé. On veut créer un compagnon santé. »*

Pour lui, Baracoda joue un rôle sur des questions de prévention pour s'assurer de l'adhérence au traitement. *« 40 % des personnes qui ont des problèmes cardiaques ont une crise cardiaque parce qu'elles ne prennent pas leur médicament. On est donc en train de développer des outils pour améliorer l'adhérence au traitement. On veut mettre en place un état mental pour qu'elles soient plus réceptives aux messages pour améliorer leur santé. »*

Un premier modèle de ce miroir dédié à la santé mentale sortira sous la marque Baracoda à un prix avoisinant les 500 dollars. Mais de nombreux autres sont en préparation auprès de partenaires divers et variés.



À lire aussi

La brosse à dents connectée Kolibree lève 4 millions de dollars et signe un partenariat avec Ubisoft



## MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

---

Article écrit par Valentin Pringuay