

t e n t a t i o n s

High-tech



## Tu m'appelles sur ton Versace ?

De plus en plus de fabricants high-tech choisissent de s'afficher avec des marques de luxe

**1.** Avec lecteur MP3 et radio FM intégrés. **Sagem, my700x Roland-Garros**, 275 €.

**2.** Une série limitée sous la griffe dorée de Dolce & Gabbana. **Motorola, RAZR V3i**, 550 € (hors abonnement).

**3.** Une série limitée pour la sortie de l'Aston Martin V8 Vantage. **Nokia, 8800 Aston Martin**, 999 €.

**D**ans le mariage du luxe et du high-tech, l'important, c'est de créer la différence. Celle-ci s'est d'abord cantonnée aux accessoires, à la manière du CrystalMini, une housse pour iPod sertie d'un millier de cristaux Swarovski. Puis le phénomène s'est élargi aux appareils eux-mêmes. Motorola et Dolce & Gabbana, Nokia et Versace, Acer et Ferrari ont ainsi convolé en séries limitées. Mais ces opérations de *cobranding* (actions de promotion simultanée de deux marques) pourraient bien dépasser le simple habillage. Inventeur du concept de « mobile à la demande », Modelabs s'efface entièrement derrière une marque pour lui fabriquer des téléphones à son image. Quand les griffes de luxe apposent leur patte sur le high-tech. ● **William Coop**

**4.** La créatrice Anna Sui a d'abord voulu séduire les femmes en habillant ce modèle. **Samsung, Anna Sui E315**, en vente uniquement aux Etats-Unis.

**5.** Priorité à la mode et au glamour avec cette ligne griffée au nom de la célèbre agence de mannequins. **Modelabs, Elite Model Look**, 293 €.