

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

High-Tech

<u>Date</u>: Avril 2018 – Octobre 2019 <u>Proposé par</u>: SémioConsult®

Auteur: Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact: info@semioconsult.com

SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille-clients des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

www.semioconsult.com

Publié le 09 juin 2018



À travers le design de son ordinateur inspiré d'une goutte d'eau, la société montpelliéraine Weezvo ambitionne de rendre technologie invisible en misant sur son originalité. De cette manière, la technique laisse sa place à un outil pratique et à l'abri l'obsolescence programmée. L'art sert ainsi à transformer l'outil en un grand allié au quotidien.

Fondée à Castelnau-le-Lez (Montpellier), la start-up Weezyo s'est récemment lancée sur le marché des ordinateurs made in France.

Elle a notamment sorti la "Goutte d'eau", un ordinateur design conçu à l'origine pour les cabinets dentaires. L'entreprise est également en train de développer une gamme originale de PC et de consommables informatiques en bois exotique.

Ordinateur goutte d'eau

La "Goutte d'eau" est le premier produit de la start-up montpelliéraine Weezyo. Il s'agit d'un PC tout-en-un, esthétique et performant, facilitant notamment <u>l'apprentissage de la programmation</u>. Ce bijou de technologie est à la fois fonctionnel et décoratif. Le premier but de l'entreprise consistait à créer un outil efficace, personnalisable et n'imposant aucune limite en matière de finition. Il doit aussi être facile à utiliser et bénéficier d'une durée de vie extrêmement longue. En d'autres termes, cet ordinateur innovant cherche à dépasser la nature consommable des équipements informatiques. Ainsi, l'utilisateur n'aura plus à se soucier des pannes fréquentes des PC traditionnels ni de l'obsolescence programmée.

Les inventeurs de la Goutte d'eau ont également mis au point des écrans miroirs, des disques durs inspirés de sculptures et d'unités centrales en forme de dents ou de chiens, toujours en bois. Cependant, l'innovation a un prix. En entrée de gamme, la Goutte d'eau coûte environ 8 800 €! Néanmoins, ce prix permet d'éviter les problèmes dus à l'<u>obsolescence programmée</u>.

Outil évolutif

Cassant les codes de l'informatique, ce PC novateur a été avant tout conçu pour les dentistes. Selon les explications de Gérald Chosson, « la Goutte d'eau répond à tous les besoins des praticiens avec son écran principal de 21,5" d'une luminosité de 800 cd/cm² et son deuxième écran de 7" de 1 000 cd/cm². De plus, il est évolutif : il s'adapte aux besoins de puissances et aux évolutions technologiques ». D'autre part, son design a été spécialement pensé pour rendre l'outil plus accessible au grand public.

Le PC signé Weezyo est totalement personnalisable. Le client peut ainsi opter pour son habillage préféré parmi les différentes textures et couleurs proposées. Le rétroéclairage LED est également géré par télécommande pour le plus grand bonheur des utilisateurs. Des créateurs de renoms comme Dysabo ont par ailleurs contribué au développement de l'ordinateur pour offrir à chacun un thème correspondant à sa personnalité. L'entreprise montpelliéraine envisage également de créer des mini-ordinateurs et des accessoires atypiques à l'aide de l'impression 3D.

Fino al 5/11 24,90€ ►

HIGH-TECH

Devialet tente de se relancer en prenant un virage grand public

Par Christophe Alix(https://www.liberation.fr/auteur/1906-christophe-alix) — 10 octobre 2018 à 15:30



Le Phantom Reactor est tout de même vendu 990 euros. DR

La start-up française du son haut-de-gamme cherche à séduire plus de clients avec un modèle d'enceinte à moins de 1 000 euros. Une évolution de sa stratégie qui coincide avec l'arrivée d'un nouveau PDG.

Le Phantom de Devialet est de retour mais en version miniaturisée et démocratisée et sans son ancien PDG et cofondateur Quentin Sannié qui a quitté l'aventure bien qu'il demeure actionnaire. Dans une mise en scène très rodée à la Apple, la start-up française, qui a déjà levé plus de 100 millions d'euros à ce jour et s'était lancée il y a une dizaine d'années sous le patronage de «people» du CAC 40 et de la tech française (Xavier Niel, Bernard Arnault, François Pinault, Marc Simoncini et Jacques-Antoine Granjeon, etc.), a dévoilé mardi un nouveau modèle. Quatre fois plus petit, deux fois plus léger que les versions précédentes, le Phantom Reactor, dernier né de cette PME revendiquant son «made in France», a revu les prix à la baisse, à 990 euros contre plus de 2 000 euros pour le précédent Phantom Gold, qui réalise actuellement 70% des ventes. De quoi s'ouvrir un marché plus large et sortir de la niche du luxe audiophile qui avait fait la réputation de Devialet à l'heure où les enceintes connectées des Gafa (Echo d'Amazon, Homepod d'Apple, Google Home) sont progressivement en train de redessiner ses usages.

Distribution élargie

Si Devialet qui se présente comme une «société d'ingénierie acoustique de France» continue de revendiquer «le son le meilleur au monde, sans saturation, sans distorsion et sans souffle», le fond du discours, lui, évolue. Ancien du cinéma (chez Pathé Gaumont), du commerce de détail et fin connaisseur de la Chine et de l'Asie, son nouveau patron Franck Lebouchard au profil plus manageur et gestionnaire que créateur et esthète comme son prédécesseur, a insisté lors de la présentation sur le renforcement de la distribution de ses produits en passant notamment par Amazon et les boutiques Microsoft aux Etats-Unis, Selfridges au Royaume-Uni ou encore John Lewis en Allemagne.

Cette entreprise qui ne publie pas ses comptes mais annonçait 60 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 2016-2017, soit 100% de croissance sur un an, se donne plusieurs objectifs. Accélérer l'adoption de sa nouvelle enceinte dont elle espère bien *«vendre des centaines de milliers d'exemplaires»*, mais sans donner de chiffres. Signe de cette nouvelle ambition, la nouvelle et deuxième usine française de Devialet installée près de Fontainebleau (Seine-et-Marne) est censée pouvoir produire un Phantom Reactor toutes les 49 secondes.

Exit le partenariat signé avec Apple qui distribuait le Phantom dans ses Apple Store mais sans que ce succès d'image et de positionnement ait entraîné les ventes comme attendu. La marque va certes conserver ses propres magasins «étendards» mais cesse de les étendre : elle en compte 20, surtout basés en Asie et à New York en plus du point de vente historique de la rue Réaumur à Paris, sur un réseau de 460 points de vente et une présence dans 80 pays. Afin de doubler ce nombre, elle compte multiplier les accords avec des distributeurs ayant pignon sur rue comme la Fnac. Mais alors que Devialet exigeait jusqu'ici que ses Phantom hors de prix soient présentés et mis en valeur dans des salles d'écoute dédiées qui limitaient ses capacités de commercialisation (seulement 15 Fnac en étaient équipées), le nouveau Phantom Reactor sera vendu dans 60 magasins Fnac et chez toujours plus de distributeurs, physiques et en ligne.

Se rendre compatible

Société centrée sur la technologie, Devialet qui avait débuté l'aventure il y a dix ans avec des amplis produits à quelques unités à plus de 10 000 euros pièce, a également renoncé au passage à être présent sur tous les segments de la technologie. Exit également donc l'application maison Spark et les accessoires qui allaient avec : Devialet qui s'est rapproché des principaux acteurs du streaming va cesser de produire ses propres logiciels pour se concentrer sur son cœur du métier du son. «A chacun son métier, a reconnu Pierre-Emmanuel Calmel, le patron de la R&D et ingénieur à l'origine de l'aventure. La stratégie est de se rendre compatible et ouvert avec le maximum d'acteurs afin d'élargir notre cible.»

Ce virage vers le grand public qui a demandé trois années de développement a été rendu possible grâce à un emprunt contracté auprès de la Banque européenne d'investissement (BEI) dans le cadre du plan numérique européen et l'émission d'obligations convertibles pour un montant de plusieurs dizaines de millions d'euros.

Déjà présent dans les box du bouquet de l'opérateur satellite Sky, le savoir-faire de l'entreprise pourrait se décliner demain dans les offres d'autres d'opérateurs télécoms. Free qui doit bientôt sortir sa prochaine Freebox, embarquera-t-il du Devialet ? «Pas de commentaires», a simplement répondu Franck Lebouchard dont la mission est claire : parvenir à faire de Devialet une sorte de mini Apple du son à la française mais qui, à la différence de la marque californienne, est prête à essaimer ailleurs avec de nouvelles sources de revenus à la clé.

Atohm se met au Wengnut

Publié par Pierre Stemmelin le 5 novembre 2018. Publié dans Actus - news audiophiles

G f ¥ ⊕ +



Wengnut? Non ce n'est pas un borborygme viking. Il s'agit du nouvel habillage des enceintes de la gamme GT HD d'Atohm.

Atohm est une marque d'enceintes Hifi made in France, connue pour l'excellente qualité de ses haut-parleurs. Elle est encore un des rares à proposer des kits d'enceintes (voir articles ON mag ici et là), représentant un moyen économique, pour l'audiophile bricoleur, d'accéder à des produits de très haute performance acoustique.

Néanmoins, l'activité d'Atohm se concentre surtout sur les enceintes finies pour lesquelles elle soigne autant l'habillage que la qualité technique. Ainsi tous ses modèles haut de gamme de la série GT HD, dont l'excellente "petite" GT1-HD passée en test nos colonnes, sont-ils proposés dans un nouvel habillage baptisé Piano Wengnut.

Wengnut c'est la contraction de wengé et Walnut (noyer en anglais). Il s'agit en pratique d'un placage en noyer français véritabl teinté wengé. Il reçoit ici une laque piano de haute qualité.

Dans le même temps, Atohm en a profité pour faire disparaître les plots d'insertion des caches haut-parleurs. Ces caches sont désormais maintenus par des aimants invisibles qui apportent une esthétique plus épurée, notamment quand les grilles rondes d

Les prix officiels des enceintes Atohm GT HD restent inchangés :

Atohm GT1-HD: 2500 € la paire
Atohm GT2-HD: 4500 € la paire
Atohm GT3-HD: 8000 € la paire

• Atohm GT-Center-HD: 1750 € l'unité



Made in France : Satab prend le virage du durable et du high-tech



Après avoir mené avec succès une mutation de son modèle pour <u>opérer par-delà le</u> <u>marché de la mode</u>, le rubanier tricolore Satab se donne désormais pour défi l'écoresponsabilité, tant dans le choix des matières que dans la seconde vie des produits. Le tout sur fond de développement de rubans high-tech conducteurs d'énergie ou d'information.



L'entreprise élargit son offre aussi bien en termes de savoir-faire que de tendances - Satab

Avec 60 % de chiffre d'affa Continent, Satab muscle i l'offre de tendances dével destinées au marché du sy regroupant les savoir-fair centenaire regarde du côt rubans en matériaux écor

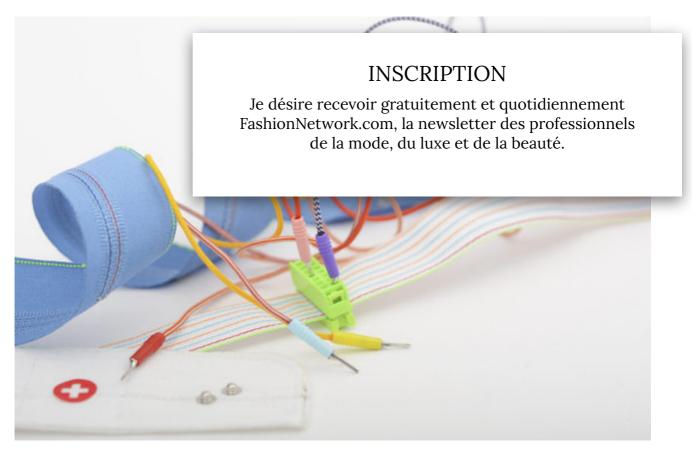
INSCRIPTION

Je désire recevoir gratuitement et quotidiennement FashionNetwork.com, la newsletter des professionnels de la mode, du luxe et de la beauté.

débouchés pour ses chutes et invenaus.

« Nous sommes dans une phase d'apprentissage, mais il s'agit d'un véritable axe stratégique pour l'entreprise », nous explique le directeur marketing, Franck Ferrua, à l'occasion du salon Made in France Première Vision, qui se tient les 3 et 4 avril à Paris. « Il y a d'un côté un souci accru de la sélection des matériaux, où l'on peut choisir des produits qui seront plus faciles à recycler, ou directement choisir des matériaux et polyesters recyclés. Par ailleurs, on peut proposer une seconde vie à nos rubans eux-mêmes, en nous rapprochant d'écoles, créateurs et artistes partenaires qui réutilisent chutes et fins de stock. »

Une approche qui intervient sur fond de développement de nouvelles gammes. Comme la ligne Coquillage, qui propose des rubans matelassés agrémentés de tissage jacquard 3D donnant un relief personnalisable aux tissus. Ou bien la gamme Origins, offrant des rubans en mousseline mate et dentelles fines inspirés de l'antiquité. La ligne Show Off, comme son nom l'indique lumineuse et brillante, joue de son côté sur la transparence et les effets de grain. Wild Trek se développe pour sa part sur un aspect sportswear brut et des renvois aux motifs tribaux.



Les E-Ruban peuvent véhiculer énergie ou information - Satab

Mais, au-delà de la créativité liée à un savoir-faire ancestral, Satab regarde également vers le futur. Comme l'évoquait FashionNetwork.com à l'occasion du salon Première Vision, l'entreprise de Saint-Just-Malmont <u>fait également dans les « smart materials »</u> avec ses « E-Ruban Conducteurs ». Ces derniers ont été développés en partenariat avec le spécialiste des *smart textiles* Sable Chaud. Ils permettent de faire transiter du courant électrique, qu'il soit à visée fonctionnelle (vêtements connectés) ou esthétique (rubans-led pour le sportswear). Mais ils peuvent également véhiculer de l'information, comme l'alerte d'un zip de sac à main mal fermé ou un vêtement de protection mal ajusté.

« Nous y voyons clairement le ruban du XXIe siècle », confie Franck Ferrua. « Nous travaillons avec ces technologies pour répondre aux demandes spécifiques de grandes marques clientes (qui ne souhaitent pas être citées, ndlr). Il y a de multiples applications possibles et nous voyons les créateurs s'approprier progressivement le principe en l'associant à d'autres technologies annexes. Et cela trouve également un écho dans l'univers de la décoration, de la maison et surtout du packaging ». Un ajout de choix, donc, au catalogue de 40 000 références de Satab.

Par Matthieu Guinebault

Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2019 FashionNetwork.com