

Analyse de cas MO2

: si la marque a été nommée en l'honneur de Guillaume Vialet, collaborateur de Denis Diderot dans la rédaction de *L'Encyclopédie* au siècle des Lumières, c'est parce que nous avons non seulement un projet industriel et commercial, mais aussi un projet démocratique et éthique." Et il faut croire que ça marche : depuis 2012, le chiffre d'affaires de Devialet a pratiquement été multiplié par deux chaque année. En 2017, il devrait dépasser les 100 millions d'euros avec 400 employés. [...]

Devialet veut jouer sur toutes les gammes

Par *Mattieu Scherrer*, le 10/11/2018
https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/devialet-veut-jouer-sur-toutes-les-gammes_2045959.html et Jérôme Colombain

Devialet compte écouler plusieurs centaines de milliers d'exemplaires chaque année de son nouveau modèle d'enceinte connectée à 990 euros. Avec sa nouvelle enceinte, plus accessible, le spécialiste français du son entend élargir son public sans perdre son aura.

[...]. Devialet s'est rendu célèbre auprès des audiophiles en lançant en 2010 une gamme d'amplificateurs dont les prix s'échelonnent de 5 000 à... 24 000 euros. En 2015, ce fut l'apparition des enceintes Phantom, sortes de sphères blanches à la puissance diabolique (jusqu'à 4 500 watts), vendues entre 1 500 et 2 900 euros pièce. Des produits bourrés d'innovations, ayant collectionné les récompenses. [...]

500 000 heures de R&D

"Pour y parvenir sans faire fuir sa clientèle initiale, une entreprise doit rester la meilleure sur chacune de ses catégories de produits, en transférant les technologies et les bénéfices des gammes supérieures vers les gammes inférieures", schématise Delphine Dion, professeure de marketing à l'Essec Business School. C'est typiquement ce qu'a réussi à faire Mercedes avec sa Classe A, petite voiture qui conserve les atouts des grandes. Devialet semble en avoir pris de la graine. "Nous travaillons depuis trois ans sur la Reactor, qui représente plus de 500 000 heures de R&D", détaille Franck Lebouchard. Il a fallu miniaturiser les solutions imaginées pour la Phantom afin de les faire tenir dans un volume quatre fois inférieur, équivalent à celui d'un ballon de handball. [...]

Une fois le bébé né, pas question de confier sa production à un sous-traitant. Devialet a ainsi fait sortir de terre une nouvelle usine au Châtelet-en-Brie, en Seine-et-Marne, capable de fabriquer une Reactor toutes les 49 secondes. "La difficulté pour construire une telle enceinte est notre meilleure protection contre ceux qui voudraient la copier, d'avantage encore que nos brevets", explique Franck Lebouchard.

Exit les Apple Stores, bonjour Amazon

Reste à la mettre entre les mains du plus grand nombre de clients possible. Pour cela, impossible de miser uniquement sur la vente directe et quelques distributeurs spécialisés, comme c'était le cas au début avec les amplis. Devialet va conserver ses 20 magasins en propre mais étouffe le nombre de ses partenaires dans le monde avec - entre autres - le géant Amazon, une centaine de Microsoft Stores aux Etats-Unis, Harrods ou le Printemps. Exit les Apple Stores, où la Reactor est en concurrence trop frontale avec le HomePod. Les liens avec la Fnac se resserrent en revanche : les nouveaux modèles seront disponibles dans 60 magasins contre 15 auparavant. En passant en tout de 460 à 1 000 points de vente, le fabricant vise désormais un public qui n'aurait jamais franchi le seuil de ses boutiques. Il doit pourtant continuer à se distinguer. "Dans les Fnac, nous allons conserver les cabines d'écoute consacrées spécifiquement aux Phantom, mais nous avons imaginé un autre dispositif original plus facile à répliquer, explique Olivier Garcia, directeur produits du Groupe Fnac Darty. Les Reactor disposeront en effet de leur propre pan de mur afin de les mettre en avant sans pour autant recourir à un vendeur dédié." Pour faire passer un tarif qui reste premium, Devialet va bénéficier d'un phénomène bien connu en marketing : l'ancrage. "L'esprit des consommateurs est ancré sur les 2 500 euros de la Phantom, en face desquels les 990 euros de la Reactor semblent raisonnables, plutôt que sur le prix de modèles moins facilement comparables", explique Delphine Dion, de l'Essec. [...]

Devialet, une marque de luxe ?

« Pas vraiment » selon Franck Lebouchard. « Nous sommes une entreprise de haute technologie. 100 personnes parmi les 400 qui travaillent chez Devialet sont des ingénieurs. Nous cherchons à développer des produits qui apportent le meilleur son du monde ». Quand on lui demande d'expliquer la tradition française en matière d'audio, Franck Lebouchard répond qu'il s'estime « ravi qu'il y ait autant de marques françaises dans ce secteur. J