

ACTEURS

Être entrepreneure... c'est se réinventer tous les jours!

CÉLINE RENAUD

CEO et fondatrice JMC LUTHERIE

Ce soir Les Diablerets, demain Berne, après-demain La Haye, hier Einsiedeln et avant-hier Paris... Quelle course! Pourquoi je fais tout cela? J'ai décidé d'être entrepreneure d'une entreprise avec un produit qui est culturel, naturel, durable, artistique, esthétique... Et pourtant, lorsqu'il s'agit de distribution, rien n'est moins facile.

J'ai voyagé dans beaucoup de villes du monde. Ce qui me frappe toujours, c'est l'uniformisation des centres-villes. J'ai toujours imaginé ces centres urbains comme un alignement de banques, bijouteries et hôtels. Aujourd'hui, ces centres historiques possèdent tous un Zara, Starbucks et des restaurants de fast-food... C'est vrai, nous avons réinventé chez JMC Lutherie la manière

d'écouter la musique avec un haut-parleur construit comme un instrument de musique en bois d'harmonie.

Alors si au début nous avons approché des magasins de musique et des boutiques de meubles design, nous avons très vite compris qu'ils n'étaient pas outillés pour vendre et encore moins conseiller et installer toute l'électronique à y associer.

Alors nous avons approché des magasins audio, dont c'est le métier. Et il a fallu beaucoup d'efforts pour les convaincre car notre «haut-parleur» est d'une nature très différente.

Notre «haut-parleur» au son nouveau, émet une onde plane qui diffère de l'onde focale émise par les traditionnels cônes en carton et il est si proche du concert live avec un réalisme des voix et de l'instrument de musique joué. Nos détaillants ont investi dans notre marque certes, mais il leur

est difficile de le faire connaître pro-activement. Beaucoup me disent qu'ils constatent un effondrement des visites de clients dans les magasins et qu'ils se sen-

.....
tent démunis pour faire pousser la porte d'entrée à des clients.

De nombreux clients finaux m'ont rapporté être entrés dans un magasin d'audio et n'avoir

qu'une seule pensée... à savoir de sortir au plus vite de ce magasin étant ennuyés par de longues présentations techniques!

Ils viennent avec une demande simple et on leur explique toute la technique.

A l'heure où l'on parle de faire vivre une expérience unique au client, comment traduire la

beauté de ces produits et créations en un modèle de distribution avéré? Nous souhaitons faire vivre aux gens l'expérience de l'écoute musicale tout en leur

apportant la philosophie qui se cache dans nos produits. Et c'est ainsi que nous avons développé ce concept de «Dégustation de son» pour faire vivre

cette expérience d'écoute musicale unique à un public plus large.

Elle permet de faire vivre aux gens l'histoire avec une expérience unique et mémorable. A tel point qu'au vu du nombre toujours croissant de sollicitations, nous avons commencé à les facturer et cela est devenu

NOUS SOUHAITONS FAIRE
VIVRE AUX GENS
L'EXPÉRIENCE DE L'ÉCOUTE
MUSICALE TOUT EN LEUR
APPORTANT
LA PHILOSOPHIE
QUI SE CACHE
DANS NOS PRODUITS.

une ligne de produits dans notre compte d'exploitation! Il faut être artiste de son propre métier.

Me voilà sirotant une infusion de tilleul avant de commencer, dans le petit restaurant aux Diablerets, en écrivant cet article et en répondant à 52 nouveaux emails. Pourquoi je fais tout cela?

En regardant ces montagnes magnifiques, rougeoyantes «car le soleil leur dit bonne nuit», comme le décrivait si joliment Heidi, j'aime à faire partager ces joies simples pour la musique et la nature à mon entourage et bien plus loin encore...■

