

# ACTEURS

## L'impact de la digitalisation sur l'entrepreneur

CÉLINE RENAUD

CEO et Fondatrice **JMC LUTHERIE**

**Jeudi matin 11 heures, Swiss-tech convention center au forum Forward sur la digitalisation organisé entre autre par le département de l'Innovation de l'EPFL. Avec notre Soundboard, le haut-parleur issu de la lutherie qui est très analogue voire même vibratoire, je me demande ce que je fais là avec la thématique de la digitalisation.**

Nous avons un produit qu'il faut entendre et ressentir à la fois. Nous sommes donc un peu le contre-exemple des autres produits présentés. Et pourtant, l'entrée dans l'aire digitale a changé inexorablement notre entreprise, tant au niveau de la stratégie de distribution qu'au niveau des produits que nous proposons. «La digitalisation, vous n'y échapperez pas!» a clamé haut et fort Phi-

lippe Leuba durant cette conférence. Pour nous, la question est véritablement de savoir comment passer d'un morceau d'épicéa de résonance de 350 ans d'âge à la musique stockée dans le nuage ou le cloud?

Nous avons inventé il y a plus de dix ans, le Soundboard, le haut-parleur en bois d'harmonie. Mais nous avons incité notre clientèle à acquérir des bons, donc de gros amplis avec des câbles haut-parleur très épais. Hors, certaines personnes n'en veulent pas car elles écoutent la musique qu'en fichiers MP3 compressés ou même en streaming depuis un serveur ou un cloud sur leur téléphone. Si nous leur avons alors proposé un dac (convertisseur digital-analogique) avec connexion Bluetooth pour travailler aussi sans-fil, il nous fallait également proposer autre chose. Nombre de

personnes pensent que nous ne faisons que du traditionnel ...or nous avons réinventé de vieilles techniques en les mettant au goût du jour avec nos différentes innovations. Les gens ont besoin de retrouver du beau, du vivant dans l'écoute de la musique qui s'est drastiquement détériorée à vouloir la compresser.

C'est ainsi que nous avons inventé l'Acoustic Docking Station, un amplificateur et harmonisateur pour smartphone purement acoustique. Il s'agit d'un «morceau» d'épicéa de résonance sculpté, qui aurait servi à faire un violon et qui, sans électricité, sert

à sublimer la musique. Par la suite, nous avons également mis au point le Nomade, le haut-parleur portatif avec connexion Bluetooth, inspiré de la construc-

tion d'un instrument de musique. La digitalisation a donc un effet important quant à la collection de produits que nous proposons. Et ces instruments

redonnent grâce à l'épicéa de résonance du vivant à la musique qui s'est détériorée.

D'autre part, il faut les écouter et les vivre pour les comprendre nos produits en bois d'harmonie. Dans ce cas, comment au XXI<sup>e</sup> siècle vendre ces produits et tou-

POUR NOUS, LA QUESTION EST VÉRITABLEMENT DE SAVOIR COMMENT PASSER D'UN MORCEAU D'ÉPICÉA DE RÉSONANCE DE 350 ANS D'ÂGE À LA MUSIQUE STOCKÉE DANS LE NUAGE OU LE CLOUD?

cher un maximum de potentiels clients? Nous ne pouvions nous offrir de la publicité à l'instar d'autres marques qui font rentrer les clients «facilement» dans les magasins. Nous avons décidé d'aller à la rencontre des gens et de faire des conférences-spectacles de contes-pour-adultes ou Storytelling pour faire connaître notre philosophie et nos produits.

Je donne 300 conférences par année dans plusieurs pays et dans cinq langues. Sans les réseaux sociaux ou plus généralement le numérique, nous ne pourrions pas entrer en contact avec tous ces gens, pour les convier à assister à ces spectacles



PHILIPPE WOODS

inoubliables, leur faire vivre l'expérience de ce son et cette vibration unique. Ne dit-on pas que les gens oublieront ce qu'on aura dit ou ce qu'on aura fait mais jamais ce qu'on aura réussi à leur faire ressentir? ■