

Cabasse, le son porté à l'excellence

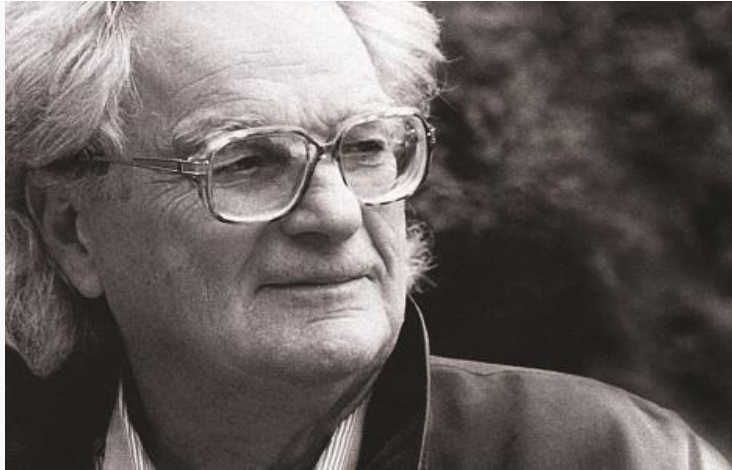
Depuis 1950, Cabasse est une marque choyée par les amoureux du beau son. Après avoir failli disparaître, l'entreprise fait briller à nouveau la qualité de la hifi à la française.



Cabasse. Un nom synonyme de perfection sonore depuis 7 décennies

« A coup sûr, Cabasse est l'une quinze marques de l'audio les plus réputées du monde » soutient le président actuel de l'entreprise, Alain Molinié. Le fondateur de la marque, Georges Cabasse est devenu un mythe chez les fans de hifi. Physicien de formation, musicien accompli, Georges Cabasse fait partie d'une très ancienne famille de luthiers et de facteurs d'orgues connue depuis le début du XVIIIe siècle.

Avec de tels aïeux, le petit Georges ne pouvait qu'être un passionné de musique et d'audio. En 1950, il fonde son entreprise (éponyme). Avec une obsession : reproduire un son aussi fidèle que possible à la réalité.



Georges Cabasse, fondateur en 1950 de la marque éponyme. Photo © DR

L'aventure haute-fidélité commence.

A l'époque la haute-fidélité est balbutiante, et pour peu que l'on soit doué et audacieux, le monde est à prendre ! Georges Cabasse va imposer sa technologie : le coaxial qui place les haut-parleurs sur le même axe dans la même enceinte. Autrement, dit l'amplificateur de la chaîne stéréo transmet simultanément le même signal sonore à tous les haut-parleurs. Ça n'a l'air de rien, mais la méthode est terriblement complexe. « Aujourd'hui nous savons monter des enceintes triaxiales et même quadri-axiales » explique Alain Molinié. Rassurez-vous, ce patrimoine, ce savoir-faire exceptionnel est protégé par une batterie de brevets.



Alain Molinié, Pdg du groupe AwoX propriétaire de Cabasse présente le dernier né d'une gamme prestigieuse, The Pearl. Photo © DR

La renaissance

Forte de ses succès et de l'excellence de ses produits, l'entreprise s'est laissée aller. Elle a manqué certains rendez-vous technologiques, en particulier les évolutions liées au numérique. En 2004, Georges Cabasse se résout à vendre son entreprise à Canon. Le géant japonais a de grands plans pour développer des gammes de matériels audiovisuels. Après une dizaine d'années de stagnation, Canon préfère céder la société en 2014 au groupe AwoX, un spécialiste des univers connectés, deuxième fabricant mondial d'ampoules connectées et concepteur de solutions domotiques (sécurité, thermie, ouvertures...) « Nous étions nombreux sur les rangs et pas forcément les mieux-disants, explique l'heureux repreneur Alain Molinié. Canon a privilégié notre projet industriel. »



Inscrire ses produits au cœur du salon connecté est le nouveau défi relevé par Cabasse. Photo © DR

Toujours une aventure locale

AwoX a créé une infrastructure conséquente pour relancer la belle endormie. A Brest au cœur de la baie d'Iroise, Cabasse possède d'un atelier flambant neuf de 1 200 m² avec une chambre sourde, dotée du matériel le plus moderne. Les clients peuvent profiter de l'infrastructure pour faire réparer leurs enceintes Cabasse quel que soit leur ancienneté ou leur état.

Alain Molinié justifie ces efforts de "plusieurs" millions d'euros par l'expansion attendue du marché : « Avec le streaming musical, les enceintes connectées ou les podcasts, les consommateurs plébiscitent massivement l'audio. Le son prend une part essentielle dans la vie quotidienne. Alors, autant que ce son soit le meilleur possible. De la même manière que les téléviseurs profitent d'une image toujours meilleure (HD, 4K, 8K, etc.) les consommateurs vont exiger un son d'une extrême qualité. »



Avec The Pearl (2 790€), Cabasse marche sur les plate-bandes de Devialet. Photo ©DR

Une gamme de 220 à 170 000 euros

Dans cette perspective, une marque comme Cabasse a plus que son mot à dire. « Nous sommes présents sur tous les segments du marché, soutient Alain Molinié. Avec à chaque fois la volonté d'investir le haut de gamme sans compromis en terme de la qualité. » Ainsi, Cabasse produit une enceinte Bluetooth, la *Swell*, commercialisée 220 euros, un tarif élevé pour ce genre de matériel, ce qui permet à la marque de couvrir l'ensemble des secteurs du marché.

A l'opposé de la gamme, la *Sphère* est vendue 170 000 euros. A ce prix, il est possible de sonoriser l'Olympia ou une autre salle de concert. « Récemment, un acheteur a débarqué de Hong Kong pour voir l'enceinte et la tester, raconte en souriant le directeur de la marque. Cabasse enverra une équipe chez ce client pour installer l'enceinte et procéder aux réglages. » Avec *The Pearl* (2 790 euros), Cabasse marche sur les plate-bandes de Devialet, un autre fleuron de la hifi tricolore. Pilotée avec une application mobile, *The Pearl* est une boule connectée et multiroom, équipée d'un système d'auto-calibration et d'un haut-parleur triaxial de 25 cm. Il est possible d'accoupler deux enceintes pour obtenir une diffusion stéréo.



Au sommet de la gamme Cabasse, la Sphère est vendue... 170 000 euros. Photo ©DR

Prêt pour les défis des objets connectés

Cabasse commercialise bien entendu une panoplie complète d'enceintes stéréo, et veut s'imposer sur les nouveaux marchés comme le home-cinéma et surtout les enceintes connectées. « Nous commercialisons déjà des matériels compatibles avec Google Home ou Amazon Alexa, explique Alain Molinié. Nous avons une double compétence dans le son et le numérique qui nous confère une force exceptionnelle. » Sans parler de la marque. On ne le dira jamais assez : Cabasse, un nom, une marque qui fait rêver les amoureux du son depuis sept décennies.