

Cabasse lance The Pearl, un son haut de gamme à 2790 euros

Depuis son rachat par le fabricant d'objets connectés AwoX, la marque Cabasse a entrepris une cure de jouvence. Il annonce le lancement de The Pearl une petite enceinte 40 fois moins chère que sa grande soeur.



Cabasse

Cabasse rebondit. Après avoir frôlé la disparition, la marque fondée en 1950 a été reprise par le fabricant d'objets connectés (ampoules), AwoX en septembre 2014. Il aura fallu trois ans de recherche pour donner naissance à «The Pearl». Comme son nom l'indique, il s'agit d'une jolie enceinte sphérique, dont la première particularité est d'intégrer la technologie de sa grande sœur The Sphere.... tout en étant 40 fois moins chère!

«Quand la Sphère a été lancée en 2009, c'était l'enceinte la plus chère du monde, à plus de 180.000 euros, relate Alain Molinié, le patron d'AwoX. Nous avons décidé d'intégrer tout le savoir-faire dans un produit plus accessible pour le grand public, à 2790 euros».

À l'époque, la presse française et anglo saxonne comparait le prix de la paire d'enceinte à celui d'une Ferrari F430. Certains n'hésitaient pas à qualifier l'équipement de «perfection acoustique», pas moins! Pour le prix, Cabasse envoyait un technicien installer ses enceintes chez ses clients. Il pouvait passer la journée à calibrer le son pour garantir le meilleur rendu en fonction du son. Certains amateurs éclairés et fortunés n'hésitaient pas à en installer quatre.

Second souffle

Soucieux de ne pas se contenter d'un marché de niche, Cabasse a aussi développé une gamme d'enceintes grand public, avec notamment, la première enceinte mobile de son catalogue, la Cabasse Swell (199 euros). Avec sa dernière née, The Pearl, le fabricant vise une audience de connaisseurs par forcément fortunés. La marque a intégré sa technologie tri-axiale dans une petite bulle qui ne pèse «que» 18 kilos. «La Sphère en fait 98», rappelle Alain Molinié. Ce qui n'empêche pas la petite Perle du groupe de dégager une puissance de 110 décibels. Cette fois, point de technicien à domicile pour calibrer l'enceinte, mais un petit micro et un micro-processeur qui «écoutent» la pièce afin d'offrir le meilleur rendu sonore. Et The Pearl est compatible avec Google Assistant.

Avec The Pearl, Cabasse vient se placer résolument en face du Phantom de Devialet, en revendiquant la même cible de clientèle. C'est finalement une bonne nouvelle pour le monde de l'audio national. La France bénéficie d'une bonne réputation à l'international dans le domaine et ses représentants ont tout intérêt à capitaliser sur cette reconnaissance. Pour AwoX, il s'agit aussi de trouver un second souffle. Au premier semestre, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,3 millions d'euros, en recul de près de 12% sur un an, pour une perte opérationnelle ramenée à 1,3 million contre 1,7 un plus tôt.