

Avec Gemini, Devialet cherche à profiter du lucratif marché des AirPods

Avec ses premiers écouteurs sans fil, Devialet continue d'installer sa technologie dans des produits toujours plus petits. L'entreprise française n'a pas la prétention d'être une rivale d'Apple : une part minuscule de ce marché de 200 millions lui suffirait amplement afin de détacher l'étiquette de marque d'initiés aux poches pleines.

Temps de lecture : minute

9 octobre 2020

Si vous êtes fan du son Devialet, reconnu par les amateurs et experts pour sa qualité exceptionnelle, vous pourrez pré-commander à partir de ce samedi 10 octobre les premiers écouteurs sans fil avec réduction active de bruit de la marque française. Baptisés Gemini, ils coûtent 299 euros et seront disponibles fin novembre juste avant les fêtes de fin d'année. C'est plus cher que les stars et instigateurs de ce marché, les AirPods et AirPods Pro d'Apple, dont les prix s'affichent à 179 euros et 279 euros.

Même si elle a certains des codes de la marque à la pomme — design épuré, produit cher, marketing sophistiqué — Devialet ne se place pas en rival d'Apple avec Gemini. Franck Lebouchard reconnaît auprès de Maddyness que ce serait même présomptueux : *"Ou bizarre. On ne peut pas sincèrement se penser comme un rival d'une marque mondiale avec une telle force de frappe. Je n'aurais pas cette arrogance. En revanche, on lance objectivement un produit extraordinaire avec trois brevets"* , déclare-t-il en souriant.

Un marché gigantesque et en croissance exponentielle

Habitué à fabriquer des produits haut de gamme pour un public averti aux moyens financiers — ses enceintes connectées Phantom et Phantom Reactor se vendent de 990 euros à 2890 euros — Devialet tente de se donner les moyens de capter un public plus large avec Gemini : un produit plus petit, mobile, qui tient dans une poche. Accessoirement, les écouteurs sans fil sont déjà un marché gigantesque et en croissance exponentielle. Selon le cabinet IDC, 40,7 millions d'unités auraient été écoulées en 2019 et les prévisions portent sur 200 millions d'unités en 2020. De quoi aiguïser les appétits. Même si Apple domine outrageusement le marché, Samsung et Huawei ont suivi, et toutes les grandes marques s'y sont mises.

Dans ce panorama, Devialet se dit qu'elle a elle aussi une place à prendre. Même une part microscopique lui irait. En faisant un rapide calcul, si Devialet prend rien que 0,1% du marché de 200 millions d'écouteurs sans fil, soit 200 000 unités vendues, l'entreprise encaisserait près de 60 millions de chiffre d'affaires. Une part énorme des ses revenus globaux. Interrogé à ce sujet, Franck Leboucharde ne communiqué pas de montant. Il conçoit juste à indiquer que le chiffre d'affaires était en croissance de 25% à la fin de son exercice 2020, fin mars. On peut estimer qu'il est largement supérieur à 100 millions d'euros.

"On avait retrouvé un rythme de croissance à la fin du premier semestre après le choc du confinement en Asie, puis en Europe et aux États-Unis. On était reparti sur un rythme de croissance de 25% mais je ne fais plus de prédictions dans le contexte actuel : j'ai refait au moins quatre fois le budget cette année" , confie le DG arrivé aux commandes de l'entreprise en 2018, succédant à l'un des co-fondateurs, Quentin Sannié.

Devialet va bien et sortira désormais des produits tous les 6 mois

Avec quatre fonds (Korelya, Ginko Ventures, Bpifrance, CM CIC Investissement) et des actionnaires historiques connus Bernard Arnault, Jacques-Antoine Granjon, Xavier Niel et Marc Simoncini, Devialet, membre du Next40, est la candidate idéale pour être la tête de pont de la FrenchTech, utilisée ici et là par les politiques et les acteurs de l'écosystème pour vanter les mérites de la France. Depuis sa création en 2007 mais surtout la sortie de Phantom en 2012, Devialet a levé quelque 200 millions d'euros, le dernier tour de 45 millions de dollars ayant eu lieu en début d'année discrètement auprès de ses actionnaires historiques. Et ce n'est sûrement pas terminé pour financer la R&D. Elle a aussi obtenu un prêt garanti de l'Etat de 15 millions d'euros. Revers de la médaille, on attend toujours plus de ces entreprises si secrètes sur leurs chiffres et qui attirent la lumière.

Lever autant et régulièrement sans être une entreprise rentable avec 400 salariés, dont 250 ingénieurs en France, et deux sites de production, est-il une solution ? Franck Lebouchard l'assure, Gemini n'est pas l'innovation de la dernière chance. *"On se donne rendez-vous dans six mois pour un nouveau produit"* sans donner plus de détails alors que sa technologie a déjà été installé dans des barres de son (Sky TV), des box (Free et Altice USA) ou en test dans des voitures (Renault). Et l'entreprise va bien, renchérit-il. Son réseau de distribution est notamment passé de 450 à 1200 points de vente en deux ans et demi.

"Lever pour renflouer marche une fois mais pas deux, surtout avec l'expérience de nos actionnaires. Ce n'est pas notre cas. Nos levées ont du sens car elles remplissent deux conditions : elles financent une innovation et accompagnent une croissance démontrée en Asie (Chine, Corée), aux Etats-Unis et à travers des partenariats (Huawei, Belkin)" ,

avance Franck Lebouchard pour rassurer les éventuels sceptiques.

Article écrit par Thomas Giraudet