



SAISON  
salon

Interview

# Logitech Sq

## La musique autrement



Pionnier des systèmes de musique sur réseau, Slim Devices a été racheté par Logitech en 2006. Avec la Squeezebox, le constructeur bénéficie d'un atout de taille à l'heure où le CD cède le pas à la musique sur Internet. Le JDLI a rencontré Sean Adams, le fondateur de Slim Devices au cœur de la Silicon Valley. *par Driss Abdi*

Entretien avec

Sean Adams

Directeur de la stratégie Streaming Media Business Unit

devant son ordinateur. Nombreux sont ceux aussi qui portent une attention toute particulière à la qualité du son. Le CD a encore une bonne réputation dans ce domaine, malgré les problèmes de disques rayés ou encore des enregistrements de mauvaise qualité. Avec le numérique, il n'y a plus de lecture mécanique et donc plus aucun risque de dégradation mais il reste le problème de la compression et de la qualité des composants. La Squeezebox restitue le son sans en altérer la qualité et elle est capable de lire les formats en Lossless pour offrir la meilleure qualité sonore sans aucune perte liée à la compression.

**JDLI : D'où vient l'idée de la Squeezebox ?**

**Sean Adams :** À l'origine, j'ai travaillé seul sur ce projet car j'avais de nombreux CD mais je ne pouvais pas les écouter où je voulais. À l'époque, Napster était à son apogée et le CD était déjà en perte de vitesse. L'idée était de pouvoir écouter de la musique en profitant des réseaux. Avant le rachat, nous faisons tout nous-mêmes, qu'il s'agisse de l'assemblage ou des expéditions. Quand le marché a été suffisamment mature, nous n'avions pas la capacité de produire de larges volumes avec une bonne finition. Logitech commençait déjà à entrer dans le salon avec des haut-parleurs et des télécommandes. Ils avaient un produit appelé Wireless DJ et ils se sont intéressés à ce que nous faisons. 60 % de nos ventes étaient réalisées en Europe, notamment en Angleterre, en Allemagne et en Suisse qui sont des marchés sur lesquels Logitech dispose d'une énorme expérience et d'un solide réseau de distribution. De plus, Logitech est passé maître dans l'ergonomie des produits mais il manquait encore une bonne interface utilisateur et un logiciel puissant. Le rachat a donc été bénéfique à tous les points de vue. Désormais, nous sommes devenus une division à part entière qui se concentre uniquement sur ce produit.

**Quels sont les avantages de la Squeezebox par rapport à ses concurrents ?**

La Squeezebox répond à de réelles attentes. En effet, nous avons identifié les différents types d'usage pour y apporter des réponses adaptées. Le gros des utilisateurs cherche avant tout à se débarrasser du support physique et notamment des CD. On veut profiter de toute sa bibliothèque musicale mais sans pour autant rester collé



**À quand la fin des supports physiques ?**

Nous sommes dans une phase d'ajustement. Les gens associent encore la musique à un objet physique. Aujourd'hui, le média devient invisible et il existe de nombreux modèles économiques avec le paiement à l'unité ou par abonnement. Reste le problème des DRM, dont les restrictions ne font rien d'autres que d'ennuyer les consommateurs honnêtes. Heureusement les labels l'ont enfin réalisé et les choses changent. Les radios Internet connaissent également un grand succès et les services de programmation par affinités comme Pandora sont très appréciés pour découvrir des artistes qu'on ne connaît pas forcément. Au final, les consommateurs deviennent plus téméraires, ils découvrent de nouvelles choses. C'est la même chose pour le MP3. Pourquoi se contenter de quelques chansons dont on risque de se lasser quand on peut disposer de millions de titres accessibles immédiatement par abonnement. En fait, nous abordons actuellement la dernière phase de la dématérialisation. Les gens s'éloignent de leur ordinateur pour l'écoute

mais aussi pour stocker car ce n'est ni le plus pratique, ni le meilleur endroit. L'accès direct par Internet est bien plus logique, plus souple et surtout immédiat sans nécessité d'organisation personnelle.

**Comment pouvez-vous faire encore évoluer le concept ?**

Nous allons d'abord nous orienter vers le multi-room, c'est-à-dire permettre aux utilisateurs d'écouter de la musique dans différentes pièces de la maison. Pour se faire, nous allons proposer des produits plus adaptés aux autres lieux que le salon, notamment pour la chambre à coucher, la cuisine ou encore le jardin. Nous nous concentrons également sur le contenu. Avec Squeezebox Network, on peut se passer d'un ordinateur et nous voulons maintenant ajouter de la valeur au concept. Il y a encore beaucoup de travail à faire en Europe, où les services par abonnement comme



# Squeezebox



Interview

Rhapsody sont encore rares. Néanmoins, quand de nouveaux acteurs apparaissent, nous sommes d'ores et déjà en mesure de les ajouter rapidement et c'est une caractéristique unique à nos produits. Enfin, nous sommes en mesure d'intégrer notre logiciel dans d'autres produits et nous travaillons étroitement avec les autres divisions de Logitech dans cette optique.

**Peut-on envisager d'intégrer la Squeezebox directement dans d'autres produits, comme un amplificateur A/V par exemple ?**

Certains constructeurs comme Denon proposent déjà des fonctionnalités réseau mais cela reste basique. Nous discutons beaucoup avec eux, d'autant que notre dernier produit étant pour l'essentiel une télécommande, il est très simple de l'intégrer. Nous pouvons donc le faire assez simplement et pour un coût très contenu.

**Peut-on envisager des produits avec des haut-parleurs intégrés par exemple ?**

C'est effectivement une demande de nos clients et cela semble intéressant. Bien entendu, je ne peux pas tout vous dévoiler mais vous pouvez avoir une idée en consultant notre forum qui regroupe les demandes de nos utilisateurs. Ils veulent également des écrans plus grands ou encore pouvoir brancher leur équipement sur le téléviseur.

**Comment rendre les produits encore plus faciles d'emploi ?**

C'est un véritable challenge. Même si les consommateurs sont aujourd'hui plus familiers avec les réseaux et les logiciels tels qu'iTunes, ce sont surtout les prescripteurs qui en raffolent. Il n'est pas évident d'expliquer le concept au grand public. Le mieux est de laisser le néophyte essayer et il comprend alors par lui-même. L'idée est de ne pas tomber dans la simplification qui nuirait à l'usage et demanderait l'apprentissage d'une nouvelle logique,

comme en leur temps les surcouches à Windows. Il s'agit simplement de proposer une ergonomie adaptée à l'usage et qui suive celle de l'existant en musique numérique et en informatique. Aujourd'hui, une grande majorité des utilisateurs est familière avec ce type de manipulations.

**Pourquoi ne pas avoir fait le choix du courant porteur en ligne en lieu et place du WiFi ?**

Nous suivons l'évolution du CPL de très près, mais cette technologie n'est pas parfaite. En effet, bien que le CPL soit simple à mettre en œuvre, il ne couvre pas forcément toute la maison sans même parler des problèmes de coût. Le WiFi est maintenant bien implanté et les utilisateurs savent généralement ajouter un nouveau périphérique sans trop de difficultés.

**Qu'en est-il de la vidéo ?**

Il ne s'agit pas d'un problème de technologie mais plutôt de contenu. En audio, on peut réaliser une copie de ses CD, sans oublier les catalogues en ligne qui sont déjà bien fournis. À l'inverse, il est illégal de copier un DVD et peu de services sont disponibles pour télécharger des films afin d'en profiter comme on veut. Ce n'est donc pas le même modèle économique. De plus, on ne consomme pas de la musique comme des films. On peut écouter une chanson plusieurs fois sans se lasser ou en fond sonore tandis qu'un long métrage, on le regarde et c'est tout. En se concentrant sur la musique, nous avons réussi à proposer un bon produit,

chose que nos concurrents qui font tout n'arrivent pas forcément à faire. De plus, les marges ne sont pas intéressantes et il faut être fournisseur de contenu pour s'y retrouver. Il n'y a pas de marché pour une Squeezebox vidéo aujourd'hui, mais nous développons d'ores et déjà des solutions pour être prêts le jour où.

**Pour revenir à la musique, l'Europe semble moins bien lotie que les États-Unis, pour quelle raison ?**

Il existe de nombreux fournisseurs de musique en Europe mais il n'y a pas de système de distribution unifié, ce qui rend la gestion des droits très difficile. Techniquement, rien ne nous empêche de proposer Rhapsody et Pandora sur le marché européen mais les compagnies de disque ne nous y autorisent pas. Pour le moment, il faut donc se contenter des radios Internet. Nous ne sommes pas assez importants pour imposer quoi que ce soit et nous ne pouvons pas faire grand-chose pour que les choses s'accélèrent, même si des gens travaillent dans ce sens chez nous. Il semblerait que les rapports entre le législateur, l'économie de la musique et la distribution soient bien plus complexes en Europe avec des intérêts particuliers difficiles à dépasser. Il faut donc du temps.

**À quand la haute définition en musique ?**

Le Transporter est déjà adapté à la musique en haute qualité. C'est une demande forte de la part des utilisateurs qui sont lassés de la compression qui engendre une perte de dynamique. Nous sommes en mesure de supporter les formats haute définition, avec notamment le FLAC ou encore le 96 KHz. En ce qui concerne Squeezebox, ce n'est pas à l'ordre du jour même si elle supporte le FLAC. Dans tous les cas, Squeezebox fait aussi bien, voire même mieux qu'un lecteur de CD.

