

Cheetah

Grrr!

Attention Danger

Cheetah ?

Nous voulions un nom qui sonne dynamique, et le jaguar est l'animal terrestre le plus rapide. Nous mettons 12 semaines à mettre au point un clavier, tout ceci nous a pris cinq mois. Nous sommes des rapides. Nous sommes une très petite compagnie, mais nous faisons partie depuis six mois d'une entreprise publique d'investissement d'une taille de 250 millions de livres, qui possède diverses entreprises dans l'agro-alimentaire, le bâtiment, le téléphone... Nous sommes assurés d'un important soutien financier. En fait nous ne sommes que cinq, mais nous employons des ingénieurs sur contrat, nous pouvons en avoir de 12 à 15, travaillant chacun sur différents projets - comme AKAI - ça coûte moins cher. Cheetah existe depuis 5 ou 6 ans. Nous avons été très présent sur le marché de l'informatique au R.U. Nous avons développé nos produits - software, et surtout hardware - pour combler le fossé entre l'informatique et la musique, pour faire jouer de la musique à un ordinateur, notamment depuis trois ans. Nous sommes la plus grande compagnie au R.U. dans ce domaine. A la base, nous produisons une boîte à rythme pour Spectrum dont nous avons vendu quelque chose comme 40 à 45000 unités. C'était une très bonne boîte, 8 sons numériques, plus de 1000 patterns. Plusieurs sets de sons ont été commercialisés : latin, électronique, africain, que l'on pouvait mixer entre eux.

Boots (chaîne de pharmacie évoluant vers le grand magasin) nous a contacté pour mettre au point un clavier permettant d'utiliser le processeur sonore du Spectrum, qui est très répandu au R.U. Nous avons produit le clavier, et pour le même prix lui avons adjoint une prise MIDI pour intéresser le musicien. Plusieurs milliers d'unités ont été vendues, et il était logique d'améliorer le produit pour le « vrai » musicien. D'où la nouvelle ligne. Notre stratégie est d'aller vers les gens qui voudraient faire de la musique, mais n'en ont pas les moyens. Avec les produits Cheetah il est possible d'équiper un groupe pour le prix d'un DX7. Après six semaines, nous sommes déjà à 50% de notre objectif.

Politique ?

Nos produits sont aussi bons que ceux des autres. On peut retrouver certains de nos composants dans les appareils - plus chers - des autres. On nous demande souvent d'expliquer cette différence de prix. Nous faisons aussi du business, mais nous ne pensons pas nécessaire faire autant de marge bénéficiaire. La taille du marché des gens désirant faire de la musique compense son faible pouvoir d'achat. La qualité est la même. Ce n'est pas un mystère. Nous produisons en très grande quantité, peut-être cinq ou six cent mille appareils électronique par an, ce qui nous permet de réduire les coûts. Ceci et la qualité du logiciel résume notre politique, car plus on en met

Bob Pearson et Howard Jacobson, respectivement directeur des ventes et directeur de Cheetah Marketing déboulent en France, venant d'Angleterre avec sous le bras une série de claviers de commandes et une boîte à rythme numérique - voyez les pages salon - à des prix défiant toute concurrence. La concurrence ne fait pas peur à ces briseurs de marge (de fabricant), au contraire elle les stimule, et vous allez voir qu'ils ont une vision du business très... business ■ Dave Korn

dans le logiciel, moins le hardware devra en faire, et nous avons de très bons développeurs. D'autre part nous sous-traitons de la fabrication, avec Taiwan notamment.

Projets ?

Je pense que notre synthétiseur, qui sortira à Noël aura un grand succès. Parce que tous les synthétiseurs digitaux actuels sont tout de même incapables de sortir le classique gros son chaleureux type Prophet. Notre synthé est multitimbral, programmable, a deux oscillateurs par voie et utilise le même type de générateurs que des machines bien plus chères - l'Oberheim je crois. Ça devrait très bien marcher avec les possesseurs de DX7. Les constructeurs ont négligé cette partie du marché pour toujours produire du neuf, du digital. Mais ce qui est nouveau n'est pas toujours mieux. Nous avons l'intention de devenir très très gros dans la musique, en France, au R.U., aux E.U... Le marché américain est peut-être difficile, mais ils ne sont pas habitués à ces prix. L'explication la plus courante aux prix élevés est « le marché est trop petit ». Mais c'est le contraire ! C'est parce que les prix sont trop élevés que le marché est trop petit. Tout le monde a envie de jouer de la musique, tout le monde veut taper sur une batterie et jouer de la guitare. Nous voulons voir plus de gens faire de la musique pour augmenter la diversité de ce que l'on peut entendre.

■ Propos recueillis par Dave Korn.

