

Elipson crée un pôle design

MARQUE mythique de la hi-fi française, Elipson revient sur le marché des enceintes depuis son rachat en 2008 par Inovadis. Ce groupe, dirigé par Philippe Carré, vend des écrans de projection, meubles TV, amplis, enceintes sous les marques Elipson, Carat, Norstone, Lumen... Il met en place un pôle de création pour gérer les identités visuelles et le design de ses marques, dont Elipson, désormais sa marque phare. Deux designers ont été recrutés, un graphiste est recherché (voir page 4). Le pôle de création est notamment animé par Jullien Thaler, ex-BETC Design, et collectionneur, depuis une quinzaine d'années, d'enceintes Elipson (www.passion-elipson.com). La relance d'Elipson prend son inspiration dans l'histoire de la marque et dans les modèles de légende (comme les fameuses sphères blanches qui équipaient les studios de la RTF). Elipson, qui a Focal JMLab en ligne de mire, entend revenir dans le très haut de gamme. Dans le même temps, elle souhaite élargir son territoire «*du milieu audiophile vers le marché de la déco*» et réfléchit aux moyens de faire écouter de la musique sans fil ●