Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Soundivine : l’entreprise pontétienne qui lie les milieux discordants du son et du vin



Le son et le vin, deux univers qui n’ont aucun lien et qui pourtant se rejoignent au Pontet. En 2022 y est née l’entreprise Soundivine. Fondée par Audrey et Cédric Benoit, et leur associé Matthieu Llorca, elle propose à la vente une enceinte bluetooth à l’apparence d’une caisse de magnum.

De disque-jockey à fondateur de Soundivine, Cédric Benoit a toujours évolué dans le milieu de la musique. En parallèle de sa carrière de DJ, il a notamment eu un magasin de disques et de matériels de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

sonorisation pendant plus de 20 ans, il a monté une entreprise d'événementiel et de sonorisation appelée Audiorent, qui est encore en activité aujourd'hui avec sa femme Audrey Benoit. Avec un père ayant toujours eu des entreprises au Pontet, il était évident pour Cédric de continuer dans cette lignée-là.

Et la création d'entreprise ne s'arrête pas là. En 2020 naît l'idée de Soundivine. Passionné de musique, mais aussi de vin, Cédric Benoit tient une évidence. « L'idée de créer ce magnum musical est venue un peu toute seule, explique-t-il. J'en ai même rêvé, ça m'a paru évident de rapprocher mes deux passions. »

Un succès déjà marqué

Pour le moment, l'entreprise pontétienne ne propose que l'enceinte magnum. Les perspectives d'évolution de l'entreprise résident surtout dans la personnalisation de ce produit déjà existant. Par exemple, Soundivine a fait personnaliser 200 enceintes pour l'émission Le Late Show, présentée par Alain Chabat sur la chaîne télévisée TF1.



©Soundivine

Il y a également la possibilité de faire une gravure à 360°, comme ça a été le cas pour la marque de vêtements marseillaise Sessùn avec qui Soundivine a collaboré. « On sort un peu du côté vin, parce qu'on ne voit plus seulement une caisse de magnum mais presque un objet d'art, et les possibilités sont infinies », développe le fondateur.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ecrit par le 18 novembre 2026

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

- 

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ecrit par le 18 novembre 2026

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

- 

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

©Sessùn/Soundivine

Le secteur du vin emballé

Si avec ces deux collaborations, Soundivine semble s'être éloigné du milieu viticole, il en est tout autre. L'entreprise a travaillé avec de nombreux domaines viticoles de la Vallée du Rhône qui ont commandé leur propre enceinte. Un équipement sonore en adéquation avec leur activité professionnelle. Parmi les domaines qui s'en sont déjà équipés, on compte notamment le Domaine Usseglio à Châteauneuf-du-Pape, le Domaine de Verquière à Sablet, ou encore le Château La Verrerie à Puget.

L'entreprise a également pu se faire connaître sur des événements liés au vin tels que Millévin, la fête des vins des Côtes du Rhône, ou encore le salon Vinexpo à Paris. Pour ce dernier, Soundivine a non seulement organisé une soirée, mais l'entreprise a aussi été partenaire de l'événement. L'objectif étant d'étendre les ventes et collaboration à d'autres régions que la Vallée du Rhône comme la Champagne ou encore la Bourgogne.

Un marché en hausse

Soundivine compte bien conquérir les quatre coins de la France, mais aussi d'autres secteurs que celui du vin. « Maintenant, on va essayer de se diriger vers les concept stores, ou encore les magasins de décoration, mais aussi le milieu de l'hôtellerie », explique Cédric Benoit.

Pas de projet de boutique Soundivine pour le moment, mais le magnum est distribué par l'entreprise Son-Vidéo.com, qui possède 17 boutiques. À l'avenir, l'enceinte pourrait peut-être intégrer des grandes enseignes telles que Darty ou La Fnac, rien n'est encore sûr. Ce qui est sûr, en revanche, c'est que le marché de l'enceinte bluetooth explose depuis la pandémie de Covid-19. Tous les foyers se sont équipés pendant ces dernières années afin de bénéficier d'un son de qualité à la maison. Ainsi, Soudivine a toute sa place aux côtés de ses concurrents.

Une qualité haut de gamme

JBL, Marshall, Sonos, ou encore Bose, ce ne sont pas les marques d'enceintes bluetooth qui manquent. Le magnum de Soundivine, lui, figure parmi les appareils les plus performants, en termes de qualité de son. Grâce à son passé déjà bien ancré dans le milieu de la musique, Cédric Benoit a pu se faire une liste de contacts qui se sont avérés d'une grande aide dans l'élaboration de ce projet.

L'équipe de Soundivine travaille notamment avec des ingénieurs acoustiques qui ont eux même travaillé pour des grandes marques. Le résultat ? Une enceinte avec une autonomie de 12 heures, affichant un son de 88 décibels. Le tout sous la forme originale et moderne d'une caisse de magnum en bois brut en pin, ornée de cuir et de métal cuivré. De quoi livrer une expérience musicale enivrante.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Orange en passe de devenir la capitale de l'innovation sonore ?



La société Edeis, spécialisée dans l'ingénierie et la gestion d'infrastructures complexes, a annoncé reprendre l'exploitation culturelle des monuments emblématiques de la ville d'Orange, gérée jusqu'à présent par l'entreprise Culturespaces. Un projet qui s'intitule 'Orange, scène de l'innovation sonore'.

Edeis vient d'annoncer son projet d'innovation sonore concernant la ville d'Orange. Une ambition qui, pour le moment, concerne le Théâtre antique, le Musée d'art et d'histoire, mais aussi l'Arc de triomphe de la ville. La culture a montré un côté assez rassurant et réconfortant ces dernière années, notamment avec les difficultés liées au Covid. C'est dans cette démarche qu'Edeis veut inscrire les monuments d'Orange.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les infrastructures seront reliées par des parcours sonores pour que les visiteurs découvrent l'histoire d'Orange et de ses monuments autrement. Photo de gauche : Vanessa Arnal / Photo de droite : MOUTON C – VPA

Les monuments d'Orange font la particularité et la notoriété de la ville. Ce sont des infrastructures bi-millénaires. Un détail sur lequel Edeis ne fait pas l'impasse puisque la société française compte bien jouer sur cette ancienneté pour mener son projet d'innovation à bien. « Notre ambition est d'installer des rendez-vous autour du son qui mêleront passé et futur, a expliqué Lucie Schnoebelen, la responsable communication de l'entreprise. Nous voulons nous baser sur l'histoire pour écrire l'avenir. » L'objectif est donc de montrer ce que les Romains ont construit qui existe encore aujourd'hui et dont le potentiel reste exploitable. Ainsi, ce projet mettra la lumière à la fois sur le patrimoine d'Orange, mais aussi sa culture.

Des visites axées sur le son

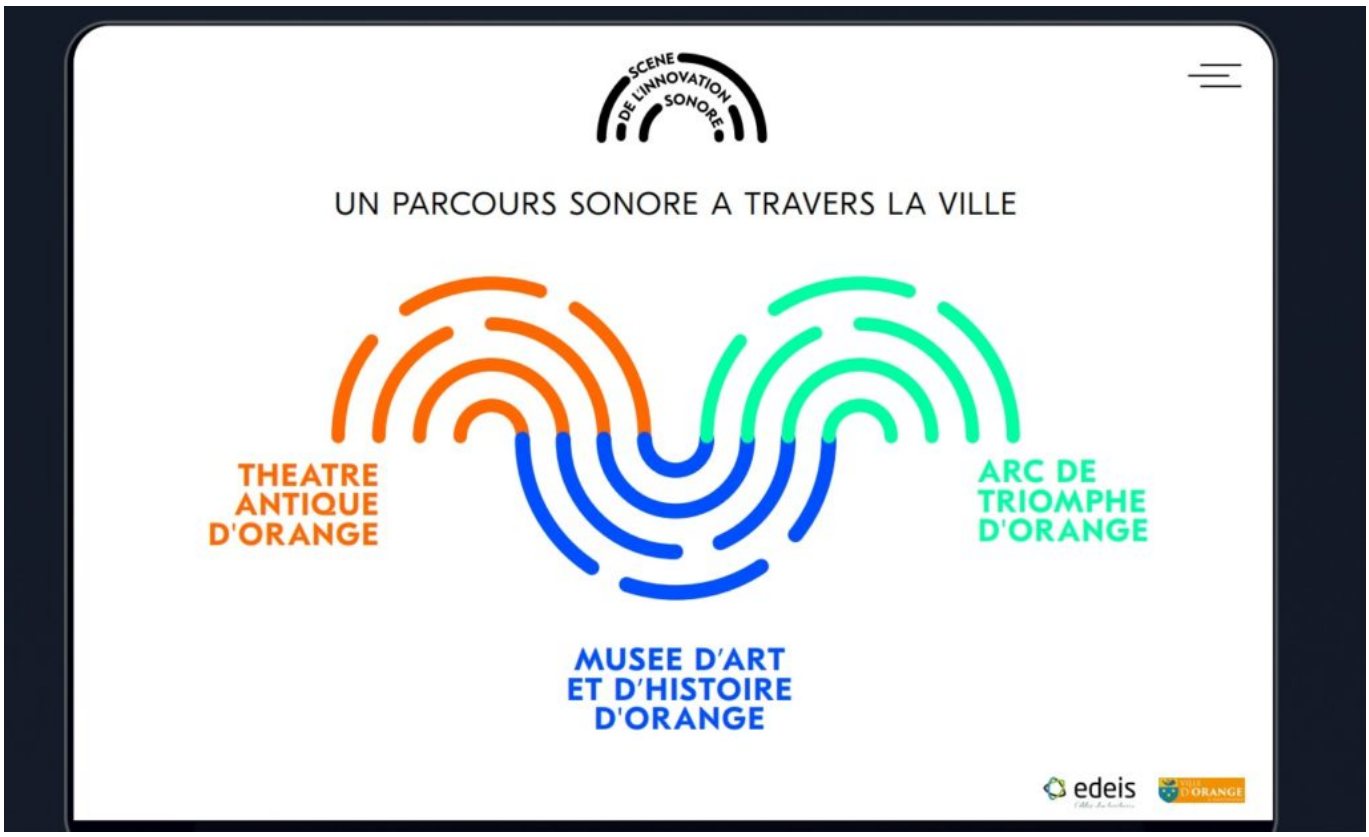
Les premières installations d'Edeis devraient se faire avant le commencement de la saison estivale 2022. Mais celles-ci ne seront que les premières pierres de l'édifice. À terme, la société d'ingénierie aimerait mettre en place des parcours de visites nocturnes et innovants, et ce, dès le début de l'année 2023. Derrière la réalité virtuelle se cache un réel potentiel qu'Edeis souhaite exploiter. Ainsi, ces visites nocturnes permettront à 500 personnes de déambuler librement au sein du Théâtre antique avec un casque diffusant le son à 360° afin de faire l'expérience d'une immersion totale.

« Nous pouvons dire que le passé résonnera avec le futur », a déclaré Jean-Luc Schnoebelen, le PDG

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

d'Edeis. En effet, c'est l'acoustique particulière du Théâtre antique qui a donné l'idée du projet. La société travaille également sur d'autres supports comme un audioguide, plus classique pour ce genre de visite et qui serait plutôt destiné aux enfants. L'objectif, d'ici une dizaine d'année, serait de faire d'Orange la couleur de l'innovation sonore. Telle est l'ambition du plan 'Orange is the new sound' (ndlr : dérivé du titre de la série télévisée 'Orange is the new black').



L'identité visuelle du projet représente un parcours d'ondes sonores entre les trois monuments, mais peut aussi, pour le Théâtre antique, représenter les tribunes où s'installe le public. ©Edeis

La participation d'experts du son, mais aussi de l'histoire et de l'archéologie

Pour développer au mieux le projet et en exploiter tout son potentiel, Edeis souhaite faire appel à un comité d'experts du son grâce aux nombreuses ressources de la région Paca dans ce domaine qui pourront travailler en collaboration avec les infrastructures culturelles d'Orange. « Cette association permettrait de faire exister Orange dans l'écosystème régional du son innovant », a développé Olivier Galzi, le vice-président stratégie d'Edeis.

Edeis et la municipalité d'Orange aimeraient également inclure la jeunesse dans ce projet. Afin de rendre les visites davantage attractives et passionnantes, des étudiants en histoire et en archéologie animeraient les rendez-vous sonores. Leur rôle serait de mettre leurs connaissances en pratique grâce à des anecdotes sur l'histoire des monuments d'Orange qu'ils délivreraient au public de façon vulgarisée mais

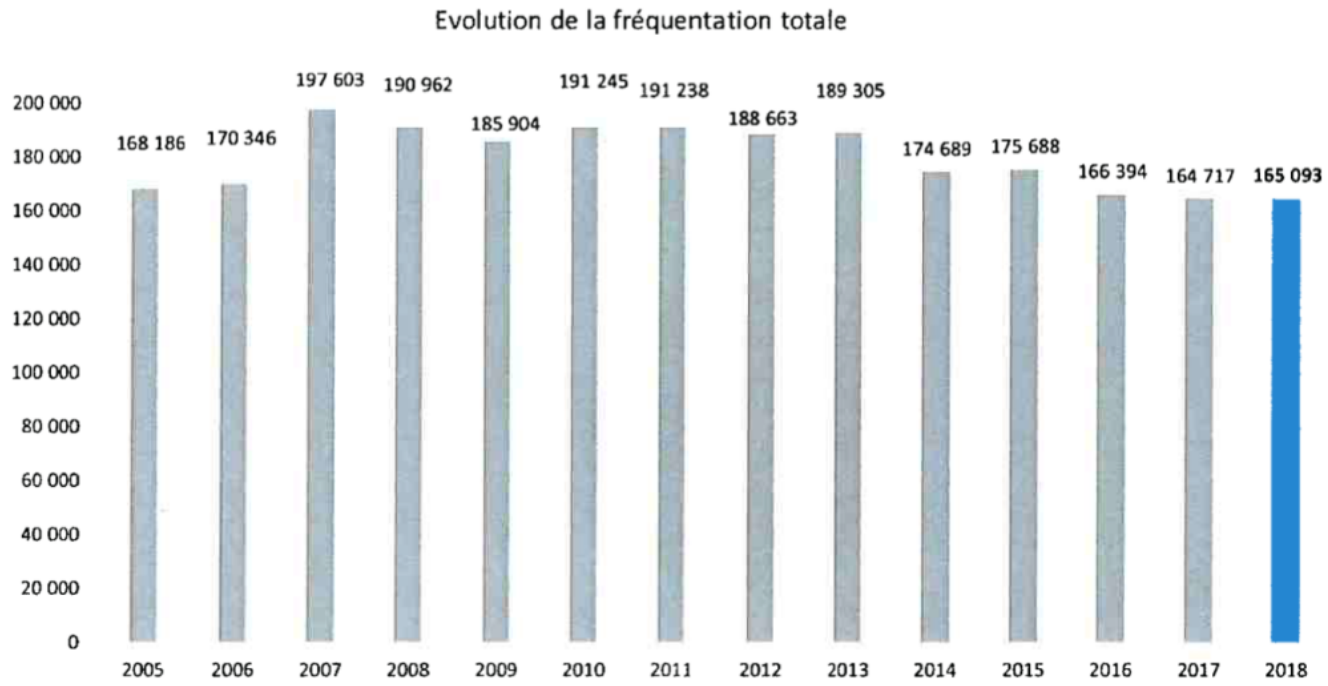
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

aussi de façon ludique avec l'aide de comédiens qui participeraient également à la montée en puissance de la ville dans le monde de l'innovation sonore.

Un projet au-delà de l'exploitation culturelle

Pour le moment, le Théâtre antique accueille environ 165 000 visiteurs par an, mais la ville aimerait atteindre les 500 000 visiteurs d'ici 10 ans. Même si l'un des objectifs du projet d'Edeis est d'augmenter la fréquentation du théâtre et du musée d'art et d'histoire, qui lui n'accueille que 65 000 visiteurs par an, ce n'est pas le seul but recherché.



D'après les données de Culturespaces, la fréquentation du Théâtre antique par rapport au début des années 2010. Une fréquentation qu'Edeis va tenter de dynamiser à nouveau.

Orange rencontre un problème depuis plusieurs années, la ville observe une décroissance démographique. Alors, en dehors du fait de transformer la culture de la ville d'Orange, le projet 'Orange, scène de l'innovation sonore' a pour but de créer une synergie entre les différents acteurs du territoire en attirant plus de monde et en les faisant rester.

« Avec l'aide d'Edeis, nous aimerions créer des événements qui s'étalent sur plusieurs jours pour que les visiteurs voient qu'Orange est une ville où il fait bon vivre », a développé Yann Bompard, le maire de la ville. En cela réside tout l'intérêt des événements nocturnes. Il s'agirait de fixer les touristes à Orange pendant quelques jours pour qu'ils fassent tourner l'économie de la ville en faisant travailler les commerces, les restaurants mais aussi les acteurs de l'hébergement, mais aussi pour qu'à terme, ils s'y installent définitivement.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

	1968(*)	1975(*)	1982	1990	1999	2008	2013	2018
Population	24 562	25 371	26 499	26 964	27 989	29 527	29 193	28 922
Densité moyenne (hab/km²)	331,0	341,9	357,1	363,4	377,2	397,9	393,4	389,8

D’après les données de l’Insee, la population d’Orange n’a fait que baisser depuis 2008.