

BC Acoustique

BC Acoustique



BC Acoustique

BC DIFFUSION



**À côté des énormes conglomérats dont nous vous avons déjà raconté l'histoire, il existe aussi des entreprises aux dimensions plus modestes, plus humaines. Voici donc l'épopée d'une amitié devenue une marque.**

# BC Acoustique

## ACOUSTIQUEMENT VÔTRE...

**1974.** Les États-Unis inaugurent le genre "Président démissionné" (Richard Nixon), la France étrenne le style "Président accordéoniste" (Valéry Giscard d'Estaing), et une équipe d'archéologues découvre les 52 os d'une certaine Lucy âgée de 3,2 millions d'années. Pendant ce temps, deux gamins de banlieue en CE2 s'apprennent à connaître un séisme aux conséquences autrement plus importantes pour leur avenir respectif : l'amitié. Bruno Roux et Christian Avedissian, le B et le C de BC Acoustique, entament sans le savoir leur voyage initiatique dans le monde du son.



Bruno Roux et Christian Avedissian

### DE LA BRICOLE À L'ÉCOLE

"On est tombé dans la HiFi par besoin personnel", nous confie Bruno Roux. Avec son ami Christian, il annexe le garage des parents de ce dernier pour construire des enceintes acoustiques en kit, la grande mode dans les années 80 (Focal, entre autres, en proposait de nombreuses). À force de pratique, leur passion se met à grandir et à occuper non seulement tout leur temps, mais aussi de plus en plus de place dans le garage. Ils se rendent alors compte que la seule façon de libérer de l'espace pour pouvoir continuer à se faire plaisir, c'est de vendre ces fameux kits. Comme souvent dans ce genre de circonstances, la famille et les amis se voient promus premiers sponsors volontaires. Les études de l'un et de l'autre n'entament pas leur volonté de fabrication, au contraire



La toute première enceinte, l'Araxe.

puisque le premier client extérieur au cercle intime sera l'un des professeurs de Bruno, qui étudiait l'informatique à l'École Nationale d'Aviation Civile de Toulouse où il obtint, outre son diplôme d'ingénieur en informatique, un DEA dans le traitement du signal. Pendant le même temps, son ami Christian ne reste pas les deux pieds dans le même sabot et devient à son tour ingénieur en informatique. Les choses sérieuses peuvent commencer.

### OBJECTIVITÉ ET SUBJECTIVITÉ

La force évidente du tandem, outre l'indéfectible amitié qui le lie, était et demeure aujourd'hui la complémentarité. En effet, Bruno est un



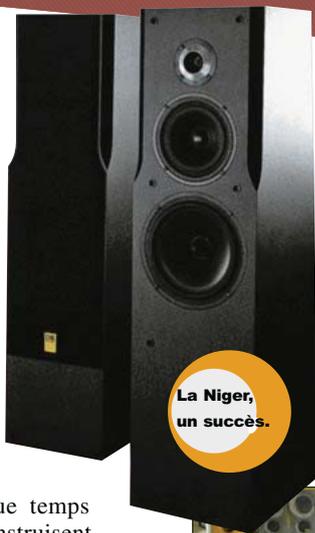
pragmatique, un logique qui mesure, contrôle, cherche à comprendre, à décortiquer, à dépiauter le voile de mystère pour le réduire en faits tangibles, en chiffres sur le papier. Son premier emploi à l'Institut National de la Consommation, où il est chargé des mesures et des essais sur les matériels audio et audio-vidéo, lui donne l'opportunité d'accéder au LNE, le Laboratoire National d'Essais, un lieu rempli d'instruments très performants, y compris une chambre sourde parmi les plus grandes d'Europe. Nos deux compères en profitent pour aller plus avant dans la conception et la réalisation de leur première enceinte. Si Bruno est donc la branche "logique", Christian occupe davantage pour sa part le terrain du ressenti, du subjectif, de l'impalpable. Son enfance passée dans un environnement musical et artistique n'y est certainement pas pour rien. Avec ces deux regards, ces deux sensibilités croisées, ils se lancent ainsi dans la mise au point de leur premier "bébé".

Quelques années de tâtonnements et d'affinage plus tard - ils travaillent à leurs heures perdues, car il faut bien manger -, l'Araxe voit le jour et la société BC Acoustique, ce n'est pas un poisson, sort de sa coquille le 1<sup>er</sup> avril 1993.

"Finalement", nous confie Bruno Roux, "on est directement passé de l'école et de nos délires de kit à la perspective de vendre des enceintes acoustiques."

**PREMIERS PAS**

Les haut-parleurs médium et grave sont achetés à une société norvégienne dénommée SEAS (elle fournit entre autres le fabricant d'enceintes anglais PMC), et les tweeters chez Fostex. La production est encore très artisanale puisque la toute jeune entreprise compte en tout et pour tout deux patrons/employés qui sont au four et au moulin jour et nuit pour faire vivre et prospérer leur création. Après quelque temps encore dans le garage, ils construisent un petit local au fond du jardin des parents de Christian Avedissian, décidément bien compréhensifs. Ce sera le premier atelier/siège social de BC Acoustique dans lequel sera entièrement fabriquée par Bruno et Christian une cinquantaine de paires d'Araxe, l'enceinte originelle de



La Niger, un succès.

cile d'accès. Les choses vont considérablement s'accélérer en 1995, assez vite, donc, avec la sortie de la Niger, une nouvelle colonne 3 voies. Très favorable, l'accueil de la presse spécialisée constitue une excellente surprise, ce qui n'est pas sans retentissement sur le volume de vente et de production puisqu'il s'en écoulera quasiment 1.000 paires dès la première année. "Un succès important", souligne Bruno Roux, "puisque cette enceinte était vendue à l'époque l'équivalent de



Le montage.



Des caisses et des caisses.



De quoi faire quelques enceintes.



Les petites Tamise.



3.000 euros d'aujourd'hui". Le passage au processus industriel est désormais inéluctable. Encore à peine une autre année, et BC Acoustique déborde du cadre national puisqu'avec la sortie de la Nil, porte étendard de la marque, c'est le marché international qui s'ouvre à nos deux aventuriers en Russie, en Grande-Bretagne et en Amérique. Avec ses participations aux premiers Salons de la Haute Fidélité (le tout premier en 1995, alors qu'ils n'ont même pas 30 ans), la visibilité de la marque augmente, et un autre chapitre s'ouvre alors.

la marque dont le nom provient d'un fleuve arménien. Le système hydrographique mondial, heureusement fort développé, va d'ailleurs servir de vivier nominatif pour baptiser les futures productions de ce qui est maintenant devenu une marque.

**L'HEURE DE LA CROISSANCE**

Au bout d'un délai assez court, il devient évident qu'il ne va pas être possible de tout faire tout seul, et une partie de la fabrication est dorénavant sous-traitée. Néanmoins, l'assemblage et les tests finaux restent l'apanage de la



Au Salon MIPS 2004.

**QUITE À FAIRE UNE MARQUE...**

L'ouverture au marché de la distribution s'est faite presque par hasard avec la visite, durant un Salon, d'un représentant de la marque anglaise Chord qui cherchait une structure et des gens motivés, à une période déjà économiquement un peu pessimiste, pour se développer en France. Au fil du temps, d'autres marques viendront enrichir le catalogue de BC (Nad, WBT, SEAS, Densen, Epson en 2006...), ►



Les locaux des années 2000.

maison mère. Démarchage et approche des revendeurs nationaux occupent désormais une bonne part du temps disponible : il s'agit de s'imposer sur un marché qui n'est pas si fa-



Le labo.

**L'arrivée des Titans**

Pour les Home Cinéphiles pratiquants, Mosscade évoque instantanément un subwoofer. En effet, la création de la marque a coïncidé avec l'explosion du Home Cinéma et de son besoin vorace en basses fréquences émises à des pressions acoustiques incompatibles avec la plupart des enceintes et des amplifications du marché, sauf sur des enceintes de façade très volumineuses alimentées par des amplifications du genre colossal. Alors que l'essentiel des fabricants d'enceintes traditionnelles, répondant à la demande grandissante, se mettaient à proposer sur le marché les premiers subs actifs qui étaient majoritairement à l'époque rien de moins qu'un simple assemblage d'une grosse membrane et d'une amplification dans un boîtier, d'autres se penchaient plus avant sur la question. En effet, il ne suffit pas d'accoupler une électronique et un haut-parleur de graves pour que la messe soit dite. Pour que le rendu soit le meilleur possible, il faut aller un peu plus loin dans la démarche. C'est ainsi que BC a choisi d'utiliser un système avec un haut-parleur actif et un haut-parleur passif (donc non alimenté par le courant de l'amplification et uniquement animé par l'onde arrière émise par le haut-parleur actif), option peu pratiquée à l'époque, sauf, pour citer un nom connu, par la marque Sunfire. Les 1<sup>ers</sup> caissons Titan étaient nés, et allaient faire la joie des voisins d'amateurs de gros grave qui tonne.



augmentant au passage une charge de travail déjà conséquente. "Les gens se demandaient comment on faisait, mais on a bossé 7 jours sur 7 pendant des années. Le premier jour de congé qu'on s'est octroyé, c'était un samedi soir de 2005 où on s'est dit : demain on ne vient pas bosser".

BC Acoustique s'étant d'entrée de jeu positionnée comme une marque plutôt haut de gamme, avec un ticket d'entrée équivalent à 1.800 € pour une paire d'Araxe, et ses inventeurs ne souhaitant pas modifier cet état de fait, il fallait trouver une solution pour pouvoir toucher le public lambda et la grande distribution. Il fut donc décidé de créer une nouvelle entité dédiée à des produits plus accessibles pour les budgets limités ; l'heure de la seconde création de marque a sonné. Les premiers produits Mosscade sont prêts.



**Carbet, X1, Classic :**  
des projets abandonnés.



**COMME UN PHENIX**

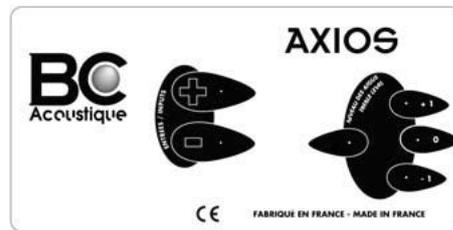
Après un passage qu'on qualifiera pour le moins de difficile en 2009 suite à quelques mésaventures financières, BC Acoustique se relance aujourd'hui dans la course (c'est maintenant BC Diffusion qui distribue la marque). Outre les enceintes de la série Act, BC propose



**La première centrale**

Quasiment à la même époque que celle de la sortie des caissons Mosscade, l'idée d'une enceinte centrale accordée aux enceintes BC a commencé à faire son chemin. En effet, de nombreux utilisateurs des Araxe ou des Nil se tournaient vers le Home Cinéma et cherchaient une centrale s'accordant au mieux

avec leurs enceintes principales, ce qui n'était pas chose facile du fait de la spécificité du rendu de ces dernières. On ne pouvait pas associer n'importe quoi avec leur haut-parleur SEAS large bande de 17 cm ; les différences de rendu auraient été trop flagrantes. Bruno Roux et Christian Avedissian ont donc décidé de revenir vers leur premier bébé, l'Araxe, et de partir de cette base pour produire une centrale tournée vers le haut de gamme et compatible avec leurs meilleures productions. Il en résulta l'Axios, qui connut son heure de gloire sur le marché. Elle fut rejointe plus tard par l'Axe, un modèle plus abordable.



des électroniques, amplificateurs et lecteurs de CD, après une première approche de ce domaine avec le projet Carbet qui n'avait pas abouti. Les caissons de basses existent bien évidemment toujours sous la marque Mosscade, et Bruno Roux nous a promis quelques bonnes surprises à venir. L'aventure continue donc toujours.



- 1 - L'Act 4.
- 2 - EX302 et 602.
- 3 - EX 322 et 622.
- 4 - EX 888, à lampe celui-ci.
- 5 - L'excellent caisson Titan Nano.

**BC et le Home Cinéma**

BC Acoustique a depuis bien longtemps considéré le développement des enceintes Home Cinéma comme un domaine spécifique à part entière. Bien évidemment, de nombreuses qualités sont communes aux enceintes HiFi et domestiques, mais certains critères sont cependant propres aux deux usages. Ainsi, les phénomènes d'acoustique des salles sont particulièrement prépondérants dans la réussite d'un système Home Cinéma, que les enceintes et le(s) caisson(s) se doivent de prendre prioritairement en compte. Durant ces dernières années, nos recherches ont énormément porté sur ce thème, et nos prochaines réalisations en bénéficieront de façon importante. Ainsi, 2013 devrait voir le lancement d'une enceinte centrale et d'enceintes d'effets qui seront des évolutions de l'Axios et des Dives (ainsi que des Act D1) intégrant totalement nos travaux. Nous aurons également l'occasion de lancer de nouveaux caissons de graves qui hériteront de notre expérience en matière d'amplification HiFi. Si la réputation de nos réalisations Mosscade est aujourd'hui internationalement reconnue, nos prochains produits BC Acoustique vont projeter la marque dans la compétition des meilleurs caissons au monde."

■■■ BRUNO ROUX ■■■



# LES ANNEES LASER

LE MAGAZINE DVD • BLU-RAY HOME CINEMA

Blu-ray *La Grande évasion*

**La saga  
du film**

Reportage

Dans les coulisses  
de l'Ultra HD 4K  
chez Sony à Los Angeles

**BC Acoustique**

L'histoire d'une marque

**Documentaires  
DVD & Blu-ray**

Une espèce en voie  
de développement

**Conseils**

**Changer  
sa lampe de  
vidéoprojecteur**

**Enquête**

**Plongée  
au cœur des  
vidéomusicales**

**Plus de 160 DVD et Blu-ray testés !**

*Die Hard - Belle journée pour mourir, Happiness Therapy,  
Lincoln, Flight, Les Enfants loups, Les Misérables, Piranhas,  
Hitchcock, Les Patates, Le Dernier rempart, Odysseus...*

N°198 - JUIN 13

[www.annes-laser.com](http://www.annes-laser.com)