



KEYSTONE/PHOTOMONTAGE DAVID WAGNIÈRES

Passé les caractéristiques techniques, c'est bien à une expérience à la fois sensorielle et émotionnelle qu'invite l'écoute d'une musique sur un ensemble hi-fi.

Très haute fidélité

C'est une résistance triomphante. Donnée pour agonisante il y a quelques années, l'audiophilie, cette affection pour la reproduction sonore de qualité, a surmonté une décennie de remise en cause. Le secteur de la hi-fi en sort changé, polarisé, mais aussi requinqué. Au point que les experts ne redoutent pas, désormais, la croissance de la diffusion en ligne.

Fin des années 90. Lancé une quinzaine d'années auparavant, le CD a évincé les disques vinyles, d'une manière que l'on imagine définitive. Et l'industrie mise sur de nouveaux dispositifs, plutôt lourds. En particulier, le home cinéma et son bataillon d'au moins cinq colonnes sonores afin de se donner l'illusion d'être dans une salle obscure. Le marché démarre fort, au moins au niveau de la promotion. Des revues spécialisées se créent, des designers d'intérieur investissent le créneau supposé juteux des salles de cinéma à domicile. Dans le même temps, l'audio se prépare aussi à des bouleversements, avec deux nouveaux formats: le Super audio CD, ou SACD, et le DVD audio. Ils remplaceront le CD, prédit une industrie qui se sent pousser des ailes, enivrée par le succès du DVD vidéo.

2008: «Le home cinéma est mort», proclame Jean Maurer. Dans sa modeste usine d'Aubonne, sur la côte vaudoise, cet ingénieur en blouse blanche confectionne des haut-parleurs de qualité depuis plus de trente ans; il produit en outre les amplis à tubes Lectron. Son verdict sur cette «catastrophe» qu'aura été le cinéma à domicile est sans appel, nourri par le fait qu'il n'est plus guère sollicité par ses clients pour du home cinéma.

Selon Peter Hanimann, patron du magasin ACRpro à Carouge (Genève), «le gros de cette vague est derrière nous». Rédacteur en chef de la revue française *Haute Fidélité*, Ghislain Prugnard n'est guère plus tendre: «Le home cinéma n'a jamais vraiment marché en Europe. En fait, des jeunes s'y sont d'abord intéressés, puis ils ont découvert les charmes de la haute-fidélité.»

Retour à la hi-fi. Une marque illustre sa nouvelle vitalité, après quelques égarements: Onkyo. Créée dans l'immédiat après-guerre, la firme japonaise a produit pendant des décennies des amplificateurs et des sources - tuners, platines, puis lecteurs de CD -

Donnée pour agonisante il y a dix ans, la hi-fi a résisté à la vague du home cinéma. Un marché de niche, animé par des fabricants et des clients passionnés.
Par Nicolas Dufour

de qualité, tout en conservant une gamme abordable. A la fin des années 90, ses dirigeants jettent cet héritage aux orties pour surfer sur la vague du cinéma à domicile. La compagnie est déjà revenue de cette lubie et reprend l'exploration des sons.

Dans le même temps, les amateurs ne se sont pas rués sur les supports audio censés chambouler l'audition, le DVD audio et le SACD. L'échec de ces formats est désormais patent. Sans doute parce qu'ils ont été immédiatement suivis du lancement du téléchargement légal de musique sur le Net, qui a détourné les regards.

Et puis la reproduction sonore a évolué. Le CD est arrivé à maturité, renforcé par des convertisseurs numériques-analogiques enfin fiables. Pour les enceintes, l'ère des expérimentations et du gadget visuel semble révolue; les marques rivalisent sur la précision et la solidité du son, avec des accents divers.

A Lausanne, le magasin Audioconcept est presque une institution depuis les années 80, à la rue Caroline puis au Flon. Le directeur, Michel-Julien Fornallaz, a la formule: «Dans le home cinéma, on parle de technologie. En hi-fi, on parle de musique.» Hormis une frange non négligeable de forcenés de technique acoustique, jusqu'aux plus infimes détails de la physi-

que des ondes, le public audiophile met son appareillage au service de sa mélomanie. L'innovation technologique est asservie à la musicalité, pas suivie pour elle-même. Autre ambiance.

Certains de ces spécialistes hasardent une théorie psychologique: le son toucherait davantage l'intimité, ce qui expliquerait que la qualité de sa reproduction fasse l'objet d'une telle attention. Un fait, en tout, demeure: passé les caractéristiques techniques, c'est bien à une expérience à la fois sensorielle et émotionnelle qu'invite l'écoute d'une musique sur un ensemble hi-fi. On jugera l'ampli cérébral, ou au contraire fougueux. On détaillera l'étoffe et la spatialité du travail des enceintes. Et c'est bien d'émotion dont il est question, qu'il s'agisse des suites pour violoncelle seul de Bach par Jean-Guihen Queyras (récemment éditées chez Harmonia Mundi) ou des nappes de Pink Floyd en édition remasterisée.

Le marché de la hi-fi brille ainsi par son énergie, même s'il reste désormais limité «à une frange de passionnés, à l'image des amateurs avisés en gastronomie ou dans le vin», relève Ghislain Prugnard. Il y a eu polarisation: les produits intermédiaires, entre grand public et haut de gamme, se raréfient. La grande distribution et même les grandes surfaces d'électronique de loisir ne les proposent plus. Les sociétés qui évoluent plutôt dans le moyenn-haut de gamme sont parfois florissantes, «mais il s'agit de petites industries, même en Chine», avertit Ghislain Prugnard. Gardant un spectre d'appareils

L'adoration du son peut aller très loin, jusqu'à des ensembles atteignant les 400 000 francs

encore assez large, la canadienne NAD ou l'anglaise Cambridge Audio proposent de bons rapports qualité-prix pour les amplificateurs et les sources, tout en tirant vers le haut leurs meilleures gammes. Puis viennent des firmes qui assument leur statut de niche, comme Naim. L'adoration du son peut aller très loin, jusqu'à des ensembles atteignant les 400 000 francs. Mais l'amateur plus modeste trouvera toujours de quoi enchanter ses oreilles à un prix abordable, surtout en considérant la longévité de ces produits face

aux pacotilles de certaines marques globales.

A l'autre bout de la chaîne, en matière d'espaces de vente, le paysage s'est modifié avec une certaine brutalité. Michel-Julien Fornallaz estime qu'il y a une trentaine d'années Lausanne comptait quelque 60 magasins dédiés aux techniques du son. Aujourd'hui, une petite dizaine subsiste.

Après ces diverses secousses, la haute-fidélité peut voir venir la montée en puissance de la diffusion numérique. Bien sûr, les experts pestent souvent contre cette malbouffe sonore, pas vraiment pour sa qualité propre, mais pour l'approche de la musique qu'elle exprime, «cette manière de s'arroser de musique du matin au soir, dans une consommation constante, sans vraiment être attentif à la musique», grince Peter Hanimann.

Pour l'heure, les formats d'encodage de la musique pour Internet, à commencer par le MP3, ne convainquent pas les experts. Face à une plateforme comme iTunes, ils restent en attente. Ils ne condamnent pas le nouveau schéma de distribution de la musique, «pour autant que l'on puisse avoir des fichiers sans faire de concession au niveau de la qualité», relève Jean Maurer. Il précise: «En soi, la disparition du support, le disque, ne devrait pas m'inquiéter, puisque je produis des enceintes. Mais il ne sert à rien de faire des colonnes de qualité si la source est mauvaise.»

Aux yeux des mélomanes, l'avenir dépendra donc de l'avènement de «sources très haut de gamme», juge Ghislain Prugnard, qui illustre: «Il faudra pouvoir obtenir une qualité digne de la sortie du studio d'enregistrement sur son disque dur.» Des essais pilotes sont menés ces temps, notamment par la firme B&W, qui propose des morceaux sans perte de qualité avec le label de Peter Gabriel, Real World.

Les supports ou les vecteurs de la musique seront chamboulés, mais le plaisir final, l'émotion de l'écoute, demeure intact. A plus forte raison, peut-être, en ces temps d'agitation planétaire. Depuis ses ateliers d'Aubonne, Jean Maurer, qui vante son nouvel ampli Lectron, interpelle le public en ces termes: «Si vous êtes fatigué des marchés financiers, rappelez-vous que la musique adoucit les mœurs.»

Des perles pour les oreilles

Sonos multi pièces



C'est l'une des tendances du moment: la diffusion simultanée dans plusieurs pièces de la maison. Plusieurs marques s'y appliquent, dont Sonos signalée par Peter Hanimann d'ACRpro à Carouge (Genève). Pour environ 1800 francs, le *bundle* de base comprend une unité avec ampli, une sans ampli - un premier relais - ainsi qu'une télécommande sophistiquée. Le système est extensible à 32 pièces, ce qui laisse une certaine marge de manœuvre.

www.sonos.com

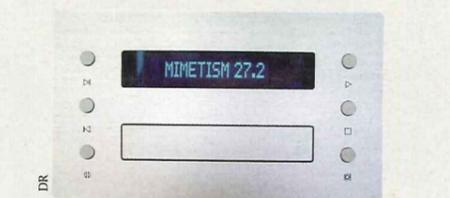
Ampli intégré Supernait



En quelques décennies, la firme anglaise Naim s'est imposée comme un trublion solide de la hi-fi. Jouant contre les modes tout en bâtissant une collection que les audiophiles respectent sans grande contestation - ce sont «des ingénieurs qui vont dans le sens du son», juge le Lausannois Michel-Julien Fornallaz. L'amplificateur intégré Supernait, quatrième génération depuis le premier modèle il y a vingt-cinq ans, confirme la rigueur de la maison, ont jugé plusieurs revues spécialisées, dont la Française *Diapason*, qui lui a décerné son Diapason d'or. L'ampli (env. 3900 euros) propose six entrées analogiques et cinq numériques pour une sortie de 80 watts par voie.

www.naim-audio.ch

Lecteur de CD Mimetism 27.2



«Précision suisse et créativité française», revendique la jeune société Mimetism, fondée en 2004 par le Français William Andrea et le Suisse Yvan Coderey. Leur nouveau lecteur de CD, le 27.2, est mis en exergue par la revue *Haute Fidélité*, qui souligne son «naturel», son «homogénéité» et la «qualité de sa fabrication». Dans un format ramassé, permettant de placer lecteur de CD et ampli côte à côte, l'appareil offre une double sortie analogique asymétrique (RCA) et symétrique (XLR) ainsi qu'une numérique au format S/PDIF. 4990 francs.

www.mimetism.com

Enceintes Jean Maurer 370E



C'est la première surprise des enceintes conçues par Jean Maurer à Aubonne: elles n'ont pas d'évent arrière. L'ingénieur préfère un système à absorption au sable de quartz. Résultat: des colonnes parfaites pour tous les types de musique, qui n'en rajoutent pas dans les basses, privilégiant une grande pureté dans les médiums. Boîtiers, haut-parleurs de grave et de médium et filtres sont fabriqués sur La Côte. La 370E est vendue

8450 francs la paire. Une version «coquillage», sur socle - 26 kilos l'enceinte, tout de même -, est à 4880 francs la paire (la 320E). Jean Maurer propose des systèmes complets. Il vient de sortir cet automne un nouveau Lectron, le JH 31, ampli intégré à tubes de haut rang. **N. Du.**

www.jeanmaurer.ch