

#48 SEPTEMBRE - OCTOBRE 2022 - 12€

# MEDIAKWEST

CINÉMA | TÉLÉVISION | NOUVEAUX ÉCRANS ▶ UN MONDE CONNECTÉ



## 5G ET VIDÉO COMMENT ÇA MARCHE ?





Rodolphe Fabbri dans son showroom où l'on peut découvrir les produits en situation.

# AEITECH AU PRÉSENT ET AU FUTUR

**Au départ centrée sur la HF avec l'importation de la marque italienne Wisycom, AEITech élargit** rapidement son activité à la sonorisation avec K-Array, puis reprend Areitech ainsi que la distribution d'autres marques. Rencontre avec son PDG Rodolphe Fabbri pour faire le point sur les métiers, les clients et la stratégie qui a présidé à la construction de la société.

Benoît Stefani

Créée il y a une trentaine d'années, AEITech appartient à la holding familiale RmFive dont font également partie la société Areitech, rachetée en janvier 2019, et le site marchand Auvicast créé en 2020. PDG de ces trois sociétés, Rodolphe Fabbri retrace l'historique de la société et nous explique comment le portefeuille de marques et de produits a été étoffé...

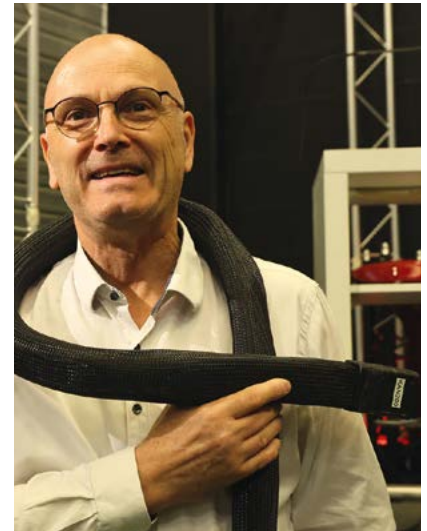
### WISYCOM PUIS K-ARRAY

« La société AIE a été créée en 1986 pour distribuer à l'époque Pastega (qui deviendra plus tard Wisycom, suite au décès de son fondateur) et Sono Telecom (émetteurs analogiques pour les radios) », rappelle Rodolphe Fabbri qui poursuit : « J'ai racheté la société en 2011, après vingt ans d'activité chez Sennheiser. À l'époque les locaux étaient basés en plein Paris dans le

16<sup>e</sup> arrondissement et le produit Wisycom fonctionnait plutôt bien, mais j'avais envie et besoin de grandir, d'apporter autre chose, sans avoir exactement quoi. Le local était trop petit et j'avais besoin d'aide. J'ai donc demandé à mon fils Julien, fraîchement diplômé d'une école de commerce, s'il souhaitait participer à l'aventure... ». Après une période intensive de formation à la HF et aux spécificités de la gamme



Dans le showroom, l'un des murs K-Array permet d'écouter les produits destinés à l'installation.



Rodolphe Fabbri nous montre avec humour la souplesse de l'étonnant système de sonorisation Anaconda de K-Array.

Wisycom, Julien épaulé son père et participe activement au développement de la marque. « Je lui ai recommandé d'aller voir les clients et surtout de les écouter car on apprend beaucoup en écoutant », se souvient notre interlocuteur. « Au départ, la montée en volume était uniquement basée sur la vente directe auprès des grands comptes et des loueurs, puis nous avons développé le mode indirect, car j'avais cette expérience et je savais que l'on pouvait faire coexister les deux en bonne intelligence. » L'affaire se développe, déménage rue de Javel dans le 15<sup>e</sup> arrondissement parisien, mais les locaux deviennent rapidement trop étroits quand devient effective l'importation de K-Array, autre marque italienne spécialisée cette fois dans la sonorisation et la technologie Line Array comme le nom

le laisse supposer. « Tout en gardant les locaux du 15<sup>e</sup>, nous créons donc un autre pôle situé à Épône dans les Yvelines (la grande couronne d'Île-de-France ndr) où nous aménageons une vraie scène pour pouvoir faire écouter les produits en grandeur nature car les enceintes, ça s'écoute et si tu n'as pas la possibilité d'écouter les enceintes, tu ne peux pas comprendre... C'est mon deuxième fils Thomas, ingénieur de formation, qui s'occupe de K-Array. La marque a commencé à démarrer et représente aujourd'hui 20 % du chiffre d'affaire, contre 70 % pour Wisycom, les 10 % restants étant réalisés par les autres marques importées ou disponibles à la revente. En parallèle RMFive a racheté Areitec en 2019, car je trouvais que cette société était très complémentaire dans sa clientèle et son expérience dans le numérique avec

des marques très intéressantes comme Schoeps, Dad, Klang, Sonosax ou encore Zaxcom. D'ailleurs, grâce à ces produits, nous avons compris les avantages et les inconvénients du numérique et cela nous permet de mieux conseiller nos clients en fonction de leur activité. »

## UNE RELATION PARTICULIÈRE AVEC WISYCOM

À ce stade, on peut se demander si le fait que les deux marques historiques distribuées par AEITech soient italiennes, tout comme les origines de son fondateur, ait pesé dans la balance à l'heure du choix ? Difficile à dire. En tout cas, Rodolphe Fabbri met plutôt en avant la relation basée sur la confiance qui s'est établie avec ces deux constructeurs : « Effectivement, quand tu commences avec une marque italienne, tu rentres dans une famille. C'est plaisant, car on peut donner des idées, avancer ensemble. Nous avons vraiment une relation particulière avec Wisycom, car c'est sous l'impulsion d'AEI que le constructeur a commencé à se tourner vers l'international. Aujourd'hui, en chiffre d'affaire, nous sommes d'ailleurs toujours parmi les trois premiers distributeurs mondiaux. Je pense que l'on a compris assez tôt ce qu'il fallait faire pour vendre. Par exemple pour les loueurs et les diffuseurs, le rêve est d'avoir un seul type d'émetteur et de récepteur pour couvrir l'ensemble de la bande HF. Les Italiens ont écouté et ont été capables de satisfaire cette demande que nous leur remottons régulièrement. D'autre part, chez AEI, nous sommes assez

## LES MARQUES IMPORTÉS PAR AEITECH

Historiquement centrée autour de Wisycom, AEITech importe également d'autres fabricants de systèmes HF comme le canadien Q5X qui propose une gamme particulièrement adaptée aux situations extrêmes (sports, activités nautiques) ou encore les liaisons numériques du taiwanais Mipro et du japonais Sony avec pour ce dernier le statut particulier de revendeur premium. Dans la partie sonorisation, K-Array (live, installation, intégration) propose également des gammes différentes avec les marques KGear (installation commerciale audio plus abordable) et KScape (solution d'installation combinant éclairage et son). AEITech distribue également les marques américaines PSC (châssis avec combineur d'antennes, accessoires audio pour le tournage) et Cable Techniques (importé également par JBK) qui propose une gamme de connecteurs compacts particulièrement adaptés à l'utilisation en sacoche et sur caméra. Signalons enfin Sono Telecom, spécialiste italien de systèmes de diffusion HF pour les radios.





Un ensemble d'émetteurs Wisycom MPT60 en préparation avant l'expédition.



Gros plan sur le coffret de démo de la gamme K-Array Azymut, un ensemble permettant des configurations haut de gamme pour l'installation (café, restaurant, corporate, yacht). La discrétion et la qualité audio sont ici de mise grâce à des couleurs personnalisables et la combinaison d'enceintes miniatures (mini enceinte, mini line array et mini Sub) et d'amplificateurs compacts class D intégrant wi-fi et Bluetooth pour le multi-room et la compatibilité avec les fournisseurs de musique en ligne.

fiers d'avoir simplifié l'utilisation de cette largeur de bande très étendue en organisant les plans de fréquences par régions, voire par pays (la procédure de scan tient en effet compte des régions et intègre notamment la présence des émetteurs TNT qui y sont actifs nldr). D'ailleurs on retrouve aujourd'hui ce fonctionnement un peu partout dans le monde. Avec K-Array, on est rentré dans le luxe, avec des produits très singuliers. En effet, au-delà des performances techniques, il y a aussi le sens du beau, de l'esthétique, de la qualité d'intégration dans le décor. Et pour vendre ce type de produit, il ne suffit pas de renseigner sur les spécifications techniques, il faut aussi apporter des services spécifiques, écouter le client, s'adapter à ses besoins. Plus on écoute les clients, plus on découvre de nouveaux besoins, de nouvelles façons de travailler... Sinon, certains observateurs me font régulièrement remarquer qu'en parlant de Wisycom ou de K-Array, je dis souvent "nous", car pour moi, même si je suis indépendant, je fais partie de ces sociétés, je fais remonter toutes les informations, en précisant ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas... ».

## LES PRINCIPALES MARQUES DISPONIBLES À LA REVENTE

Afin de proposer aux clients des ensembles complets et de simplifier leur facturation, AEITech propose régulièrement à la revente des produits tels que les capsules DPA et Sanken, les accessoires Bubblebee Industries et Viviana, ainsi que les microphones Telefunken (pour le live et le studio), mais aussi des perches, des casques voire des consoles de sonorisation suivant la demande...



L'étonnant rail K-Scape propose éclairage Led et sonorisation en un seul produit grâce à l'intégration de mini haut-parleurs.



La gamme d'accessoires Viviana, disponible à la revente chez AEITech.

## LIAISONS DANGEREUSES ?

Avec 7 500 récepteurs Wisycom MCR 42 vendus en sept ans et un démarrage prometteur pour le nouveau MCR 54 et l'émetteur MPT60, on peut se demander pourquoi AEITech a élargi son offre avec les liaisons Sony voire Zaxcom via la société Areitec ; ces marques ne sont-elles pas directement concurrentes ? « Ce sont des produits bien différents », répond Rodolphe Fabbri qui poursuit : « La modulation analogique et le traitement numérique offrent pour Wisycom, qui est présent aujourd'hui sur des applications cinéma, broadcast, live, la capacité d'assurer un grand nombre de liaisons. Plus récemment,

l'apparition de fonctionnalités supplémentaires comme l'enregistrement et la géolocalisation sur l'émetteur permettent des fonctionnalités uniques comme le tracking. Les systèmes numériques Sony proposent de leur côté une intégration très poussée sur les caméras de la marque. Quant à Zaxcom, c'est une marque pionnière qui propose un écosystème numérique particulièrement adapté pour les applications cinéma et les ingénieurs du son baroudeurs ayant besoin de compacité et de légèreté. L'intégration entre enregistreur-mixeur et HF avec les fonctions de pilotages sont très intéressantes, mais la latence ne convient pas à toutes les situations. Encore une fois,

# TOURNAGE



1. Gros plan sur le nouveau récepteur quatre canaux True-Diversity Wisycom MCR54 capable d'évoluer dans la bande 470x1260 MHz suivant les pays. 2. Appartenant à la nouvelle gamme Wisycom, le nouvel émetteur MTP60 propose l'enregistrement audio avec TC. 3. Le rack Wisycom MRK 16 de Wisycom est capable d'accueillir jusqu'à 4 récepteurs portables MCR 54, soit 16 canaux dans une unité 1 U et intègre de splitter d'antennes. Jusqu'à 4 racks peuvent être chaînés formant ainsi un ensemble 64 canaux disponibles sur une hauteur de 4 U. Au menu : sorties analogiques, AES, Dante ou fibre optique et alimentation redondante via XLR 4 (9-28V DC) ou PoE. Le pilotage de l'ensemble est prévu via Bluetooth 5 100 mW longue portée depuis iOS ou Android...



La mallette fibre conçue pour faciliter le déploiement de liaisons HF en grands nombres sur des zones étendues est régulièrement louée sur des événements comme les Grands Prix de F1.

*pour nous, il s'agit d'écouter et de conseiller le client au mieux en fonction de ses usages et de son intérêt. »*

## L'ÉQUILIBRE ENTRE LES MARQUES ET LES SITES

Aujourd'hui, AEITech au travers de son activité d'importation est présent sur les marchés broadcast (liaisons HF Wisycom et sonorisation plateau K-Array), l'installation (KGear et Kscape), le live (Wisycom et K-Array) et le cinéma tandis que les HF numériques Mipro s'adressent aux petits budgets (institutionnel et étudiants). Restait à trouver l'équilibre le plus judicieux entre le site parisien et celui d'Épône : « À Épône, nos clients, notamment les gens du broadcast et les intégra-

*teurs, viennent nous voir d'avantage que dans le centre de Paris car c'est plus facile pour eux de se garer, et nous pouvons plus facilement prendre le temps qu'il faut pour montrer nos produits... Mais nous avons gardé les locaux dans Paris notamment pour l'activité Areitec car ils sont appréciés par la clientèle traditionnelle d'ingénieurs du son cinéma et musique classique. D'autre part, nous prévoyons prochainement d'y organiser des présentations thématiques pour les produits tels que les HF Sony et Wisycom et certaines gammes K-Array. »*

## ÉCOUTE CLIENT ET PRESTATION

Au-delà des activités d'importation et de

revente de matériel, AEITech assure quelques prestations ce qui peut a priori surprendre car il s'agit de deux métiers différents. « Avec des marques atypiques comme les nôtres, quand on démarre sur un marché, il est parfois difficile d'inciter les loueurs et les revendeurs à acheter nos produits s'ils n'en ont pas encore la demande », constate Rodolphe Fabbri. « Il ne s'agit pas de rentrer en concurrence avec les loueurs mais plutôt d'initier la demande, de permettre à nos clients de découvrir nos produits lorsqu'ils ne sont pas disponibles à la revente ou en location. Et puis, c'est aussi un moyen de rentrer en relation directe avec le client final, de comprendre ses besoins et aussi de mieux comprendre nos produits. » Outre l'aspect purement audio, la société s'est récemment intéressée à d'autres marchés comme le streaming : « Durant la pandémie, les marchés de l'événementiel, du cinéma et du live étaient en panne et il ne restait uniquement que le broadcast, donc plutôt que de mettre mon équipe en chômage partiel, j'ai décidé de tenter autre chose. Comme des mairies et des conseils généraux nous ont demandé si on pouvait prendre en charge leur streaming, on s'est lancé dans cette activité, en proposant par exemple de rendre public les conseils, les réunions. Encore une fois, c'est en étant en contact direct avec le client, en l'écoutant, que l'on parvient à comprendre le marché, à adapter son offre à ses besoins. » Alors l'écoute client qui est, rappelons-le, l'essence du marketing, serait la recette miracle, l'atout majeur d'AEITech ? En tout cas, cette attitude, estime Rodolphe Fabbri, a permis à la société de passer de « quelques centaines de milliers d'euros quand j'ai racheté AEI à aujourd'hui plusieurs millions. » ■