

SAS Prod

Atout sport!

FONDÉE EN 1998 PAR SERGE-ALAIN SIMASOTCHI, SAS PROD S.À R.L. EST SPÉCIALISÉE DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET MULTIMÉDIA. PRÉSENTE DANS L'ENSEMBLE DU PAYSAGE AUDIOVISUEL SUISSE, LA SOCIÉTÉ CRÉE ET PRODUIT DES REPORTAGES, DES DOCUMENTAIRES, DES COURTS OU LONGS MÉTRAGES, DES ÉMISSIONS OU DES RETRANSMISSIONS D'ÉVÉNEMENTS.



Derrière une vitrine discrète, les locaux de SAS Prod, avenue de Cour, sont vastes et lumineux. Tout est intégré sur place dans ce qui fut auparavant une école privée: l'administration, la production, la postproduction, un studio son. Seuls manquent les plateaux de tournage, Serge-Alain Simasotchi préférant faire appel pour cela à des sociétés extérieures. Les valeurs essentielles de SAS Prod sont au nombre de trois. Tout d'abord la proximité, qui se traduit par une étroite collaboration avec le client à chaque étape de son projet, dans une relation basée sur la transparence. Ensuite, la flexibilité, qui permet à l'équipe de 6 personnes de s'adapter à de nombreux projets, simples ou complexes, disposant pour cela de savoirs acquis dans des domaines très variés (sport, musique, théâtre et spectacles). Ensuite, la créativité, valeur cultivée par la complémentarité des profils des collaborateurs.

Un parcours atypique

C'est en 1985 que tout a commencé, signale celui qui a formé le nom de sa société de ses initiales (SAS), ancien athlète de haut niveau, membre de l'Equipe suisse d'athlétisme jusqu'à 27 ans et une quasi qualification pour les J.O. d'Atlanta. A savoir par une émission de FR3 consacrée à la pub Crunch, présentée par Jean-Jacques Arnaud. «Ce fut pour moi le déclic. Mais, à l'époque, la Suisse romande n'offrait aucune école. Ni Sawi, ni ecal.» Après un CFC obtenu aux Ateliers mécaniques de Vevey ACMV, suivi d'une formation

d'ingénieur ET, c'est donc vers les télévisions régionales que s'est d'abord orienté le jeune homme. Un stage à ICI TV, puis à tvrl, et enfin à la TSR, sur l'émission «L'autre télé», qui était ouverte à toutes les personnes intéressées au journalisme. «J'y ai énormément appris, car le cadre était très stimulant. D'ailleurs, beaucoup de mes co-stagiaires ont poursuivi une belle carrière dans le monde des médias.» Si SAS Prod a été créée en 1998, ce n'est qu'en 2000 que Serge-Alain Simasotchi l'a faite passer en S.à.r.l. avec deux partenaires éditeurs de magazines leaders en Suisse sur le créneau jeune et branché. En 1999, il crée l'émission Adrenaline, qui démarre sur 12 chaînes TV locales en Suisse. L'émission se poursuit alors en partenariat avec le département «Jeunesse» de la TSR, et sera aussi diffusée sur la TSI, TV5, ainsi que SF pour certains modules. «C'est une émission qui a tout de suite séduit le public jeune pour son côté extrême, frais et à la recherche d'émotions fortes.» Il y aura ensuite Verso, toujours pour la TSR, avec une chronique confiée à Serge-Alain Simasotchi par Nicolas Burgy. «Avec Anne Carrard, qui présente Adrenaline, nous avons tourné beaucoup de micro-trottoirs où nous interrogeons les gens sur des sujets assez sensibles.» Les sujets étaient d'ailleurs si pertinents que certains d'entre eux ont été repris par Canal + sur «Nulle part ailleurs».

Talent d'anticipation

En 2000, alors que l'opérateur Bluewin section française, pour lequel Serge-Alain Simasotchi fut le premier webjournaliste, l'envoya au Gabon pour l'arrivée de Mike Horn, celui-ci sent une première fois le vent tourner pour les médias traditionnels. «J'étais sur place, et je voyais tous les représentants des grands médias s'affairer afin d'être les premiers à transmettre l'information. Et moi, avec ma petite caméra reliée à mon ordinateur, je n'avais qu'un e-mail à envoyer à Bluewin, par ftp, pour avoir le texte, le son et l'image. En une heure, j'avais une longueur d'avance sur tout le monde.» Au J.O. de Sydney, quand un journaliste australien lui demanda pour quelle chaîne de télévision il travaillait, il eut la révélation que n'importe qui dans le monde pouvait y avoir accès,

et donc que le canal et le métier avaient changé. La possibilité d'une telle souplesse, d'une telle réactivité ont véritablement boosté les ambitions de Serge-Alain Simasotchi, aujourd'hui convaincu que l'avenir dans l'audiovisuel appartient aux sociétés capables de maîtriser l'ensemble de la chaîne de production à moindre coût. «Ce phénomène vaut aujourd'hui pour l'ensemble des médias, à l'exemple de 20Minutes qui est capable de produire des sujets parfaitement adaptés, et dans tous les formats, avec des bouts de ficelles.» Afin d'offrir cette garantie, SAS Prod travaille aujourd'hui avec un nombre réduit de collaborateurs. Et n'hésite pas à mandater des partenaires free lance en fonction des projets. Aujourd'hui, la société occupe la place de leader, en Suisse romande, pour la production exécutive liée au sport, bénéficiant de la solide expérience de son patron. Elle est notamment mandatée par Red Bull (l'un de ses plus grands clients) pour réaliser des reportages sur ses événements sportifs, et notamment les courses de caisses à savon. Mais travaille également, dans ce domaine, pour les trois chaînes de télévisions nationales ainsi que pour des diffuseurs à l'étranger. Parmi les clients privés, figurent également des noms prestigieux tels que le groupe Swatch, la BCV, l'Oréal, Levi's ou encore Novartis.

Volonté de diversification

Dans un avenir proche, SAS Prod comptera quatre filiales à son actif: SAS Prod (prise en charge de l'ensemble de la production), SAS Net (active depuis 2002 et qui fournit une gamme complète de prestations dans le domaine du multimédia), SAS Media (une division orientée sur le marketing et la communication, qui sera mise sur pied dans le courant de 2007), et enfin Mahopictures. Cette dernière sera entièrement dédiée au cinéma, qu'il s'agisse de longs métrages, de documentaires ou de téléfilms. «Je crois beaucoup à la méthode japonaise de l'auto-financement, à un fonctionnement par vases communicants.» Réunies aujourd'hui sous un même toit, il



Serge-Alain Simasotchi en shooting avec Thomas Luthi en Février 2005 en Espagne

n'est pas à exclure que chacune de ces sociétés disposent de ses propres locaux et moyens techniques dans un avenir proche. Actuellement à ses débuts, le département Mahopictures – Maho est le prénom du fils de Serge-Alain Simasotchi – a été créé avec le projet d'un documentaire, aujourd'hui en phase de postproduction, consacré au skieur Didier Cuche, dont le tournage a démarré en janvier 2005 et s'est terminé en mars 2007 à Åre en Suède. «Ce projet a commencé par un contact avec le frère de Didier Cuche, qui est aussi son manager. C'était parti pour être un documentaire d'un genre assez classique sur la vie de ce champion, dans l'environnement de l'équipe Suisse de ski (dès la mi-décembre sur www.ledoute.ch). Mais la blessure, entre-temps, de Didier a considérablement réorienté le projet. Le thème est devenu: «Comment un sportif de haut niveau peut-il revenir dans la course après blessure?» Inutile de dire que c'est devenu beaucoup plus passionnant, cinématographiquement parlant.» Le cinéma, Serge-Alain Simasotchi l'a dans la peau, tous genres confondus. La révélation lui est venue de Stanley Kubrick, avec son «2001, Odyssée de l'espace», dont la musique de Strauss lui trotte encore dans la tête. Mahopictures pourrait donc devenir un jour le département le plus investi, en tout cas émotionnellement, de SAS Prod. «Mon but final, c'est le monde du cinéma, ainsi que celui du documentaire. Par ce biais-là, on a vraiment accès à l'intime, aux sentiments vrais.» En 2007, c'est surtout sur un nouveau documentaire ainsi que des courts-métrages que travaillera SAS Prod. Sans oublier, dans le prolongement de ses activités antérieures, et avec ses collaborateurs spécialisés, des projets d'émissions pour les télévisions européennes.

GAUTHIER HUBER

» www.sasprod.com
 » www.sasmedia.ch
 » www.sas-net.ch
 » www.mahopictures.com