

mediaprofil



# Une production multi-orientée, au service du client

**BASÉE À VEVEY, MEDIAPROFIL PRODUIT DEPUIS BIENTÔT DIX ANS DES PROGRAMMES DE TÉLÉVISION, DES CAPTATIONS MULTI-CAMÉRAS OU ENCORE DES SPOTS ET DES BILLBOARDS POUR LES DIFFUSEURS LOCAUX OU LES ENTREPRISES.**



En 1999, quand **Thierry Bovay**, patron de mediaprofil depuis 2001, y est entré comme directeur commercial, la société n'était identifiée que comme prestataire de services pour ICI TV. Aujourd'hui, 70% de ses activités sont réalisées pour d'autres télévisions régionales, des entreprises locales ou internationales et la TSR (contrat cadre de prestations de services). L'élément déclencheur de cette nouvelle donne aura été la vente, en 2003, du groupe Corbaz à Edipresse. mediaprofil ne faisant pas partie du lot, Thierry Bovay en a profité pour devenir actionnaire majoritaire et lui ouvrir de nouvelles perspectives. Aujourd'hui, la société compte 9 collaborateurs à temps complet, et réalise un chiffre d'affaires d'environ 2 millions de francs.

## Création de contenus financés

L'esprit d'initiative de **Bertrand Saillen**, producteur, a également beaucoup contribué à ce nouvel essor. Ce jeune homme, qui a suivi une formation hôtelière initiale avant de se lancer dans la communication, a rencontré Thierry Bovay dans le cadre d'un projet événementiel dont il avait pris l'initiative pour le compte de son employeur. « J'ai dit à Thierry que je rêvais de produire un sitcom court et humoristique qui pourrait être diffusé sur les télévisions régionales, mais il m'a rendu attentif à la difficulté d'une telle opération pour la Suisse romande. » Qu'à cela ne tienne, ce passionné d'audiovisuel entreprend une campagne de démarchage et parvient à séduire C&A, qui

financera une part importante du projet 4<sup>1/2</sup> pièces, sitcom qui sera diffusé sur les différentes télévisions régionales romandes. Le budget a été complété par la Migros, et les deux entreprises se sont engagées pour deux saisons. En été, c'est surtout la musique qui est à l'honneur pour mediaprofil, avec le Montreux Jazz Festival, Rock Oz'Arènes ou le Paléo. La société propose toujours différentes possibilités aux sponsors : billboards, présence dans une émission, sites Internet, alliances avec d'autres médias, etc. « Notre but est d'offrir à chaque client une solution adaptée à son budget, une oreille attentive à ses désirs, des conseils, un travail de professionnels ainsi qu'une flexibilité maximale », ajoute le patron.

## Production commerciale

Le deuxième axe de prestations de mediaprofil est la réalisation de spots publicitaires, soit une centaine par année pour les télévisions régionales, avec un coût moyen avantageux d'environ CHF 3000.-. Mais la diffusion des spots peut également emprunter d'autres canaux, tels que le réseau d'écrans Naville ou Internet. En général, la partie technique est réalisée à l'interne à partir du brief client. Cette flexibilité vient du fait que les deux infographistes de la société, qui peuvent travailler en 2D comme en 3D, sont également capables de prendre en charge le montage vidéo. En gé-



ral, mediaprofil reçoit ses mandats directement du client, comme pour Rivella, et non pas d'une agence de communication. Et ces contacts privilégiés peuvent donner lieu à des mandats plus importants, par exemple pour UBS ou Bluewin, qui ont confié à mediaprofil la production des billboards pour les émissions du 40<sup>e</sup> Montreux Jazz Festival pour la TSR et SFDRS. Autres prestations commerciales: le film d'entreprise,

qu'il s'agisse d'événementiel, de productions destinées à l'interne ou de films de formations.

## Captation multicaméras

Ce troisième type de prestations, lié à l'événementiel, a également le vent en poupe. Il peut s'agir d'un spectacle



de Yann Lambiel, d'une soirée Alfa Romeo organisée au Mad de Lausanne pour le compte d'une agence et avec des défilés de mode, ou d'un festival de musique. « Si notre métier



est toujours le même, et repose sur une base essentiellement technique, les univers dans lesquels nous l'exerçons sont quant à eux très variés », constate Thierry Bovay. Prenons Festi'Neuch, un festival en plein air qui voulait une information audiovisuelle permanente sur son site, afin de faire « monter la sauce ». Dans ce cas, mediaprofil doit jongler avec plusieurs temporalités afin d'offrir au public le plus de variété possible.

« Une partie des images est montée à l'avance, grâce aux archives de l'édition précédente. Mais une autre l'est au jour le jour, avec des images captées durant chaque concert par 5 caméras qui sont constamment présentes sur le site. Et sur les écrans, il y a aussi la possibilité de diffuser des



spots publicitaires des partenaires et sponsors du festival. » Ce service de captation multi-caméras comprend également les éléments suivants: habillage des écrans en complément aux images de la soirée et mise en avant de la marque, diffusion en live, réalisation d'un clip-souvenir pour le client. « Nous offrons donc la totalité de ce qu'un client tel que Festi'Neuch, par exemple, dont le budget n'est pas illimité, peut attendre d'un prestataire de services dans l'audiovisuel », souligne Thierry Bovay.

## Perspectives de développement

Depuis 2004, la société semble avoir trouvé ses marques. Quels sont ses concurrents? « Nous sommes sur un créneau spécifique. Peu de sociétés font ce que nous faisons, à part les télévisions régionales. Comme nous réalisons du contenu auto-financé, la concurrence serait plutôt à rechercher dans les autres médias, comme la radio. » Cette spécialisation passe également par le choix de se concentrer sur le média télévision, et donc de laisser pour l'instant le cinéma de côté. Si les grandes locomotives de mediaprofil sont à l'heure actuelle les festivals, « son développement semble intimement lié à la nouvelle loi sur les télévisions régionales, qui deviendront grandes et fortes. Elles émettront plus de demandes de contenus, qui seront donc à fabriquer », conclut Thierry Bovay.

GAUTHIER HUBER

» www.mediaprofil.ch