

Stratis, agence audiovisuelle à Genève

De la ténacité dans les idées

INSTALLÉE À GENÈVE AU 15, RUE PRÉ-JÉRÔME, STRATIS EST L'UNE DES SOCIÉTÉS PIONNIÈRES EN SUISSE ROMANDE DANS LE DOMAINE DE L'AUDIOVISUEL. INDÉPENDANTE ET DOUÉE D'UN VRAI SENS DE L'ANTICIPATION TECHNOLOGIQUE, ELLE N'A DE FAIT CESSÉ DE SE RENOUVELER TOUT EN CONSERVANT UNE IDENTITÉ FORTE.



Fondée en 1978, Stratis est une société anonyme familiale. Installée sur deux étages dans un immeuble cossu au cœur de la ville, à deux pas de la TSR, la société compte un service administratif, des plateaux de tournage et des salles de post-production destinées au montage, trucage, étalonnage, sous-titrage, etc. En professionnel chevronné, doué de talents multiples (notamment artistiques), Roland Pellarin a été, au cours de ces trente dernières années, de toutes les révolutions technologiques mettant en relation l'image et le son, de l'apparition de la vidéo (en noir et blanc) au début des années 1970 à la captation en HD actuelle, en passant par le CD-Rom et le DVD. Sa philosophie? «C'est la pratique qui nous fait avancer.»

L'aventure vidéo

Après avoir obtenu le premier diplôme audiovisuel de Suisse en 1976, Roland Pellarin se passionne pour la vidéo et monte à Paris. Il y travaillera notamment comme stagiaire chez Jean-Christophe Averty, et avec Jean Frappat en tant que conseiller artistique sur l'un des tous premiers concepts d'émissions de télé-réalité. «On faisait se rencontrer un enfant de sept à dix ans et une personnalité. On les mettait dans un studio, où ils discutaient librement pendant trois heures environ. Au final, cela donnait une émission d'une heure.» Puis il décide de rentrer à Genève et crée Stratis, stratégies, texte-

image-son. «Au début, je voulais faire une société destinée à la recherche artistique, car les artistes utilisaient de plus en plus la vidéo dans leurs performances.» Un credo idéaliste dont il mesurera cependant vite les limites. A la même époque, se développaient les premières prestations audiovisuelles pour les sociétés. Souvent très chères, car tournées en 16 mm. «Avec ce que j'avais appris, je me suis dit qu'il y avait moyen de proposer autre chose, d'autant plus que la vidéo était passée à la couleur et devenue légère.» Stratis obtient rapidement des contrats, tant auprès des entreprises que des producteurs indépendants. De 1985 à 1990, les affaires marchent bien. «Les gens venaient et signaient, et il fallait leur faire un film le plus vite possible. Mon but était alors de prouver que la vidéo pouvait être aussi valable que le cinéma.» Les clients principaux étaient devenues les agences de publicité, mais elles n'avaient souvent pas la culture de l'image en mouvement. «Comme elles arrivaient souvent avec des projets qui étaient souvent de simples déclinaisons d'un imprimé, l'on a décidé de s'appeler *l'agence audiovisuelle*. Une manière de dire aux agences: collaborons dès le départ à l'élaboration des projets... pour ne pas faire n'importe quoi», plaisante Roland Pellarin.

Le choix de la diversification

Au début des années 1990, avec la démocratisation de l'outil vidéo, Stratis a évolué dans le secteur du multimédia, et notamment le CD-Rom interactif. «Cela m'a plu tout de suite, car j'y retrouvais les préoccupations que j'avais en tant qu'artiste conceptuel, à savoir faire participer le spectateur à mes actions. Mais le succès commercial n'était pas au rendez-vous.» C'est alors que se présente, en 1995-1996, une belle opportunité avec la création de *Léman bleu*. «Mon concept pour la chaîne était de travailler avec une structure légère, donc sans studio, et de regrouper des sociétés audiovisuelles genevoises pour la prise en charge des émissions, selon leurs affinités. J'ai choisi l'art et la finance, car je connaissais bien ces deux secteurs. Souhaitant privilégier la vidéo légère, j'étais allé jusqu'à concevoir des scooters munis chacun d'une

unité de tournage, et à former des équipes de jeunes pour prendre des interviews.» En d'autres termes, dix ans d'avance sur la télévision régionale d'aujourd'hui. Mais les actionnaires, n'ont pas suivi. Quand est arrivé Internet, Stratis, soucieuse de valoriser ses compétences audiovisuelles haut de gamme, décide de ne pas entrer dans la course. Ce qui ne l'empêchera pas d'utiliser le Web comme outil de communication.



Était-ce le bon choix? «Difficile à dire, car nos clients étaient essentiellement des communicateurs, et tout le monde a souhaité rapidement être accessible sur la Toile.» A vrai dire, c'est l'apparition du DVD, en 1998, qui relancera véritablement la société. «Il nous a permis de fournir enfin au client un film dans une qualité presque équivalente à celle de sa production. Et tout à coup, l'ensemble de notre travail et notre professionnalisme étaient revalorisés.» La société fut d'ailleurs une des premières, dans les années 1998-2000, à produire en DVD. Cependant, en parallèle à cet engagement constant vers la nouveauté, Stratis n'a cessé de fournir des prestations plus «classiques»: films d'entreprises, événementiel, foires-expositions, post-production, etc. Depuis 2003 Stratis s'évertue à vanter auprès de ses clients les mérites de la haute définition (HD), qui exige un savoir-faire spécifique. «Comme en HD tous les détails se voient, c'est aussi le cas des défauts, ce qui exige une approche de l'image et du son beaucoup plus pointue. Mais cela en vaut incontestablement la peine: les noirs sont aussi plus noirs, les couleurs beaucoup plus nuancées, etc. Quand on y a mis le pied, difficile de revenir en arrière.»

Le défi de la production

Depuis quelques années, Stratis s'est aussi lancée dans la production de films indépendants, dont certains

écrits et réalisés par Roland Pellarin lui-même. «Il s'agissait d'une envie de toujours, certes, mais également d'un choix stratégique né d'un double constat: premièrement, Internet n'était pas encore prêt à diffuser des films mais ne pouvait qu'évoluer dans ce sens; deuxièmement, le marché de l'audiovisuel se partageant de plus en plus, nous devons trouver un moyen de faire valoir notre créativité, mais également notre sens critique.» Si la société a commencé dès 1997 à coproduire des documentaires avec des réalisateurs extérieurs, dès l'année suivante, elle engage un réalisateur venant de Paris pour contribuer à développer le secteur documentaire des télévisions. Grâce à des affinités avec une société française de la région Rhône-Alpes, ce n'est pas moins de quatre documentaires qui ont été produits en deux ans. Et c'était également la première fois qu'une telle collaboration était menée sur ce type de projet. Parmi ces documentaires, citons d'abord *Du pain et des jeux* (2003), qui tente de retracer, sans complaisance et en multipliant les points de vue, le débat public autour de la construction du Stade de Genève. Chacun cherche son chaman, qui connaît aujourd'hui un grand succès en DVD, est parti quant à lui d'une idée indépendante, et a été entièrement financé par Stratis.

Réalisé en HD avec une équipe de six personnes, ce documentaire montre la venue de chamans amazoniens en Suisse, interviewe de nombreux spécialistes et adeptes de la question, pour constituer au final une réflexion étayée sur l'un des phénomènes de retour à la nature les plus en vogue dans nos sociétés. Actuellement, Stratis est en train de finaliser un nouveau documentaire sur le tourisme solidaire, qui a été tourné en partie à Madagascar et au Viêt Nam. «Ce sont des gens qui partent avec une organisation – ici Nouvelle Planète – et qui arrivent sur un chantier dans un pays du sud. Et pendant les trois semaines qu'ils sont là-bas, ils portent des briques, du crépi, ils cassent des cailloux, etc. Et créent de vrais liens avec les populations.» Le film d'un «citoyen du monde», à voir sur la TSR dans le courant de l'année.

GAUTHIER HUBER

» www.stratis.net