



LES TABLES DE MIXAGE ET LES ENREGISTREURS SONOSAX SONT CONSIDÉRÉS COMME LA ROLLS DE L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE

Depuis le Mont-sur-Lausanne, Jacques Sax (en photo) a conquis Hollywood avec un certificat d'apprentissage pour tout bagage. Un manager hors norme qui est passé de l'Oscar de la technique au dépôt de bilan et qui s'est relancé sans partenaire.

AUDIOVISUEL

Sonosax ou les tribulations d'un bourdon à Hollywood

Jacques Sax pilote à vue et sans complexe l'entreprise qui fait référence dans la prise de son au cinéma depuis 30 ans.

STÉPHANE GACHET
AU MONT-SUR-LAUSANNE

Trente ans et enfin l'équilibre. La saga Sonosax, spécialiste émérite du traitement du son au cinéma, est un conte doux-amer. Doux comme le parcours d'un électronicien lausannois oscarisé à Hollywood et comptant quelques grands noms du cinéma dans sa clientèle, de Stanley Kubrick à Lars von Trier en passant par Jean-Luc Godard, Jean-Stéphane Bron ou l'équipe de *Quand j'étais chanteur* (César du son en 2007). Amer enfin comme un succès planétaire qui ne fait plus vivre son initiateur depuis près de dix ans. Tout a commencé il y a exactement trente ans quand un ancien apprenti de Kudelski a jeté son via-tique sur l'épaule et s'est embarqué pour Los Angeles. Objectif : séduire Hollywood. Mission : créer une table de mixage professionnelle haut de gamme capable de damer le pion aux plus grands du secteur, à l'époque Studer, Sony et quelques autres disparus. En 1984, une première table de mixage as-

soit la réputation de Sonosax dans le milieu du cinéma. En 1995, le rêve devient féerie, Jacques Sax reçoit l'Oscar de la technique des mains de Jammie Lee Curtis.

L'entreprise passe du triomphe à la faillite

La même année, le mirage tourne au cauchemar : la Banque Cantonale Vaudoise (BCV) coupe les crédits, accablant Jacques Sax au dépôt de bilan. La suite ressemblerait à du travail forcé s'il ne s'agissait pas d'un engagement passionnel. L'affaire retrouve une raison sociale et son patron remonte tout à bout de bras avec force fonds personnels. « Quand on tombe, on ne veut pas repartir sous la pression de nouveaux investisseurs », vitupère Jacques Sax. Il réinvestira près d'un demi-million de francs et dix ans de salaires. Depuis l'incident de la BCV, l'indépendant ne vit plus de son affaire, mais des rentes locatives tirées de son bien immobilier. Une maison villageoise du Mont-sur-Lausanne où il loge avec sa

famille, son entreprise et une poignée de locataires. En 2006, Sonosax a commencé à retrouver gentiment l'équilibre avec l'espoir de doubler le chiffre d'affaires d'ici deux ou trois ans. A 50 ans pas encore révolus, Jacques Sax espère même pouvoir se reverser un semblant de salaire d'ici deux ou trois ans. En attendant, il travaille surtout à valoriser son patrimoine en restant ouvert aux acheteurs éventuels.

Comment réussir sans brevet ni étude de marché

Sonosax compte aujourd'hui une douzaine de collaborateurs. Et la totalité du 1,3 million de chiffre d'affaires annuel moyen – avec un cash-flow d'environ 200.000 francs – est réinvesti dans le personnel, l'outil de production et le développement de produits, longtemps réservés à une clientèle professionnelle haut de gamme. Cette année, trois nouveaux produits à moins de 20.000 francs vont être lancés, visant cette fois le milieu de mar-

ché, les pays émergents et les home-studio pour musiciens. Dont une solution portable combinant mixage et enregistrement et un mini-enregistreur huit pistes. Ce dernier, vendu dans les 7000 francs, a nécessité une année et demi de développement et un investissement de près de 300.000 francs, une moyenne en la matière. 40 exemplaires ont déjà trouvé preneur, l'objectif étant d'atteindre 300 ventes sur deux ans.

Toutes les pièces sont réalisées à la commande, de manière presque totalement autonome, de la programmation au design du boîtier. La capacité de production se monte à 400 appareils au maximum par année, avec un service après-vente réduit au minimum, la part de retour étant estimée à moins de 1% des ventes. Et Jacques Sax, qui n'est pas féru de superflu, dirige son entreprise à vue, sans budget, sans étude de marché, en calculant le prix des produits à l'instinct et sans brevet. « Il faut laisser ça à Kodak et Nestlé. J'ai déposé un

modèle il y a quelques années. Il a été piraté. Je n'ai rien pu faire ! »

Une affaire qui fonctionne contre toute logique

Côté marché, Jacques Sax se dit bien positionné et sans véritable concurrence, les grandes maisons ayant presque totalement délaissé la niche de l'audiovisuel professionnel. Le terrain d'action de Sonosax est planétaire, mais demeure extrêmement restreint, même en comptant les opérateurs radio-télé. Les ventes, elles, se répartissent de manière équivalente entre l'Europe, les Etats-Unis et l'Asie, avec un dernier 10% pour la Suisse. Et que l'on ne s'y trompe pas. Si l'entreprise semble microscopique à l'échelle globale, la marque est une référence mondiale dans l'audiovisuel. Reste que Sonosax a tout d'un bourdon, volant contre toute logique et au grand étonnement de son propre pilote, qui conclut en toute humilité : « L'important pour survivre est de garder une taille raisonnable. »

[s.gachet@agefi.com]