

LE PLAN QUINQUENNAL DE SUGAR SAMMY

TEXTE ISABELLE MASSÉ PHOTOS BERNARD BRAULT

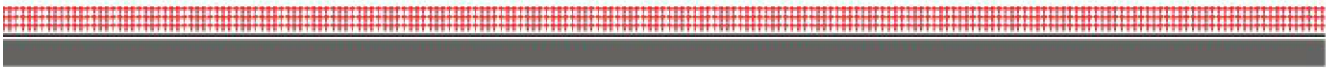
Londres, Singapour, Abou Dhabi, Sydney... Depuis le milieu des années 2000, Sugar Sammy fait rire partout. Il vise désormais les États-Unis et une véritable percée au Québec. *La Presse Affaires Magazine* dévoile les stratégies de développement des marchés québécois, américain et mondial du Montréalais qui pourrait devenir « big ».

Miami, 7 avril, 20h. La clientèle de l'Improv chemine vers une des 300 places du club d'humour qui fait briller sa marquise dans le quartier Coconut Grove. Au programme ce soir: quatre humoristes. Une aubaine à 15\$! Pour le billet d'entrée... car des affiches annoncent aux clients l'obligation d'acheter aussi deux consommations. Il faut bien se désaltérer avant de rire!

Ce soir, les 150 spectateurs – nous sommes jeudi – attendent le Montréalais Sugar Sammy. Smeer Khullar, de son vrai nom, tient le haut de l'affiche ce week-end. L'humoriste a 45 minutes de matériel à livrer. C'est d'abord à ses blagues que les clients viennent s'abreuver, même si la plupart connaissent peu ou pas l'artiste. «Je suis allée consulter le site internet de l'Improv, raconte Nadine Brutus. J'y ai appris que Sugar Sammy a participé au festival Just for Laughs. J'habite à Miami, mais je viens de Montréal.»

La cliente aurait aussi pu consulter le site internet de l'humoriste d'origine indienne ou même YouTube pour le connaître davantage. ☒





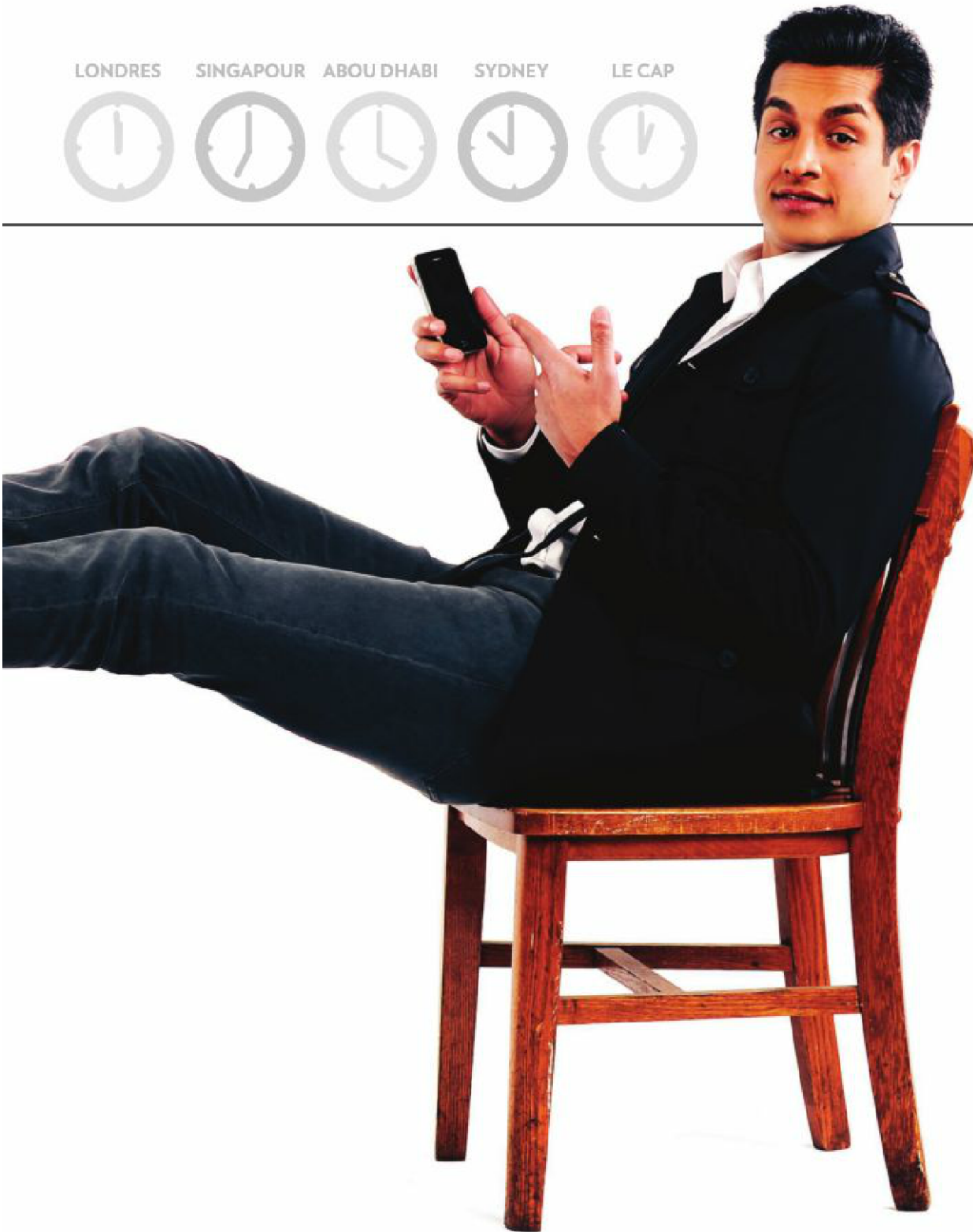
LONDRES

SINGAPOUR

ABOU DHABI

SYDNEY

LE CAP



«J'enregistre tous mes spectacles, explique Sugar Sammy. Je mets en ligne les meilleurs moments pour mes fans.»

Voilà où réside une partie de la récente percée en sol américain de Sugar Sammy: une liste de fans consciencieusement autogérée depuis les débuts de la carrière de l'artiste de 35 ans, sur l'internet (11 000 inscriptions), Facebook (35 000 amis) et aujourd'hui Twitter (11 000 fans).

Le 28 avril, sur son compte Twitter, on pouvait lire ceci en anglais: «Sept spectacles à Dallas à l'Addison Improv ce week-end. Envoyez-moi un message pour obtenir un mot de passe et un prix spécial Fans de Sugar Sammy!»

Si ces canaux ont permis à l'humoriste quadrilingue (français, anglais, punjabi et hindi) de satisfaire ses inconditionnels et d'annoncer ses spectacles à venir, ils permettent aussi d'attirer l'attention de producteurs et de propriétaires de salles de Miami, Sydney, Dubaï, Bombay, Kuala Lumpur, Johannesburg et Londres. «L'internet est une extension de sa vie, note Martin Langlois, son agent au Québec et dans les marchés francophones. Sam faisait des médias sociaux avant que ça existe! Sa liste de courriels vaut de l'or.»

«Sugar Sammy est connu en Afrique du Sud, pas parce qu'il a joué 10 ans là-bas, mais parce qu'il s'est bâti une liste d'inconditionnels sur l'internet, note Paul Ronca, directeur de Just for Laughs et anciennement propriétaire du club d'humour mont-réalais Comedy Zone. Il a compris, comme les Dane Cook et Russell Peters, qu'on peut être proche de ses fans.»

Depuis 2005, l'artiste voyage partout, jusqu'à 10 mois par an. Seulement en 2009, il a livré 200 performances dans 30 pays. Il ne fait pas qu'aller au Moyen-Orient pour jouer devant parfois 3000 personnes, autant lors d'événements privés que de galas. Il y retourne! «On a beaucoup de *repeat business*, affirme Jodi Lieberman de Parallel Entertainment, son agente au Canada, aux États-Unis et à l'international (marchés anglophones). Bien des gens ont joint Sugar Sammy par courriel. Il me refile chaque fois les demandes pour négocier, voir à quel point ceux qui l'invitent sont sérieux, si la salle est compatible avec le public ciblé et si le prix des billets est juste.»

En avril dernier, c'était la deuxième fois en huit mois que Sugar Sammy mettait les pieds à l'Improv de Miami. Il retournera certainement travailler sous les palmiers de Coconut Grove, à en juger par la réaction des gens à l'écoute de ses blagues cinglantes, sur les Américains notamment. Jugez par vous-mêmes: «Au soccer, vous perdez contre le Ghana! Ces joueurs ne mangent

SYDNEY



«Je voulais me bâtir une bonne réputation, puis rentrer aux États-Unis. Qu'on voie que j'ai de l'expérience.»



même pas trois repas par jour. On devrait gagner quand on est commandité par Adidas et que l'équipe adverse est commanditée par l'Unicef!»

«Sugar Sammy s'est nettement amélioré en huit mois, a souligné R.J. Otero, gérant de l'Improv, après la performance de l'humoriste. Ses transitions se font très bien, l'interaction avec le public est bonne. Aujourd'hui, il s'est amusé avec la foule, tout a semblé se produire naturellement. Tant mieux pour nous, car l'Improv est un club de destination. Le jeudi, on dit aux artistes de donner tout ce qu'ils ont, car si le public apprécie, ça risque d'être plein tout le week-end.»

Le plan

L'arrivée en sol américain de Sugar Sammy est calculée depuis 2004, depuis que Just for Laughs l'a adopté et lui a permis de monter sur scène lors de galas ou de tournées canadiennes. Si ses numéros dans des clubs américains sont l'aboutissement d'un rêve, ils ne marquent que le début d'un voyage qui a comme destination finale souhaitée des spectacles dans de grandes salles. «Sugar Sammy était bon à l'époque, mais il y avait place à l'amélioration, avoue Jodi Lieberman. Notre but était donc qu'il acquiert de l'expérience ailleurs avant d'entrer aux États-Unis. Et qu'il arrive dans les clubs américains comme tête d'affiche. On l'a envoyé en Afrique du Sud, au Moyen-Orient, en Australie et dans les grandes villes du Canada.»

«Je voulais me bâtir une bonne réputation, puis rentrer aux États-Unis, explique Sugar Sammy. Qu'on voie que j'ai de l'expérience. Je ne voulais pas être le petit nouveau. J'ai tout fait avant les États-Unis.»

Et en faisant quoi? De l'humour cinglant, baveux. En jouant celui qui observe de haut, que ce soit une situation sociale, politique ou simplement conjugale. En s'affichant clairement comme un artiste aux origines indiennes qui a grandi à Montréal, au Canada, dans un environnement multiethnique. «Sam est positionné *edgy*, explique Martin Langlois. Il pousse jusqu'à la limite du malaise. Il est reconnu pour ça. Il peut tomber sur les accommodements raisonnables, parler de référendum différemment. J'aimerais qu'on découvre avec lui le Québec des années 2010.»

«Il peut être marketé de façon différente, soutient Jodi Lieberman. Il est indien et non le gars blanc qui parle de sa blonde. Il peut apporter un point de vue différent sur bien des sujets.»

Retour en arrière. Jodi Lieberman travaille avec Sugar Sammy depuis la fin de 2006. Dès qu'ils s'unissent profession-

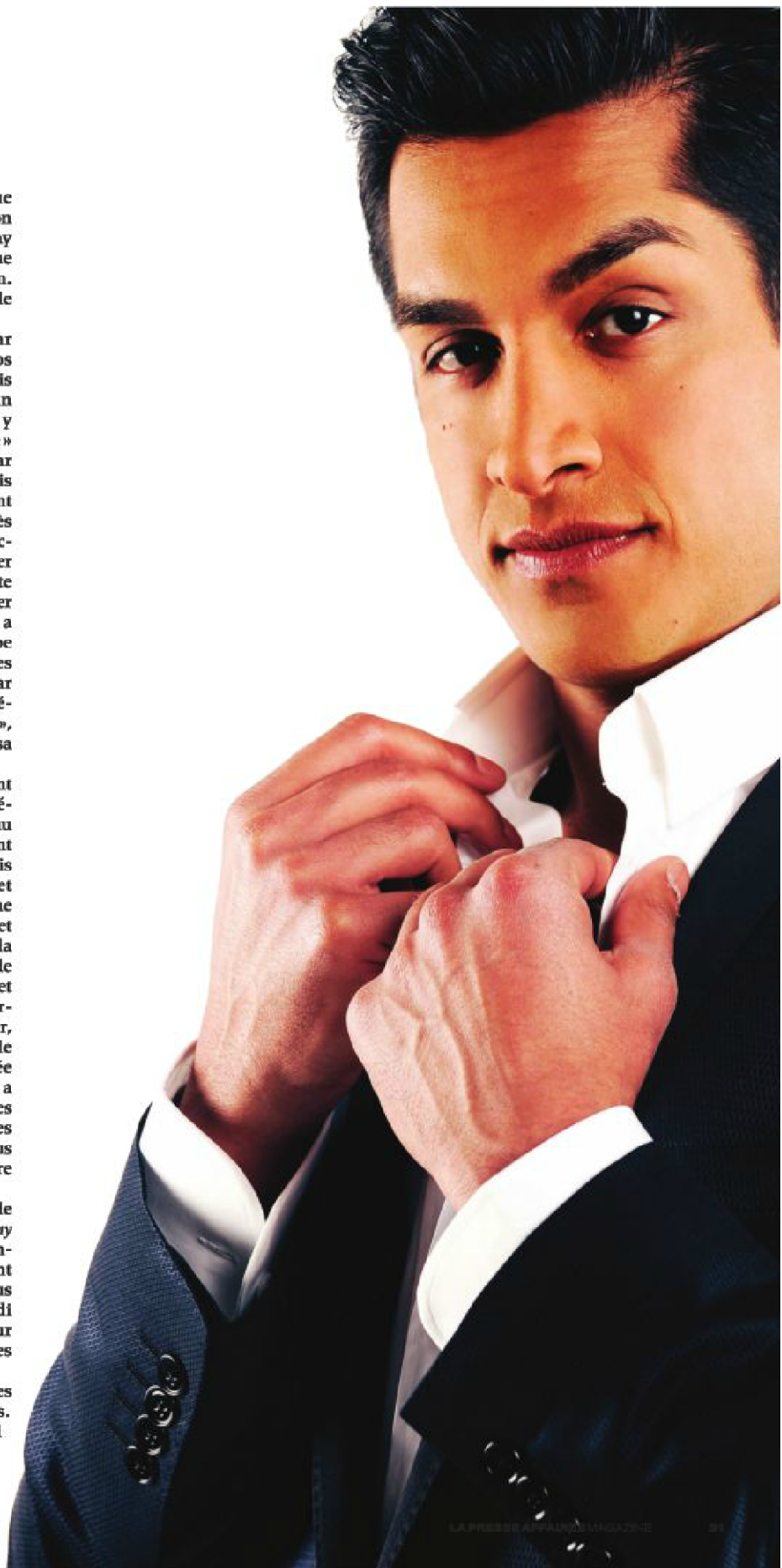
nellement, tous deux conviennent que l'humoriste prendra aussi souvent l'avion qu'il montera sur scène. «Sugar Sammy a la capacité d'être une marque reconnue mondialement, soutient Jodi Lieberman. Il a le look, du charisme et ceux qui le voient en spectacle l'apprécient.»

Ensemble, ils s'assurent que Sugar Sammy fait des spectacles dans des clubs et collèges au Canada, qu'il ratisse depuis 2004. Jodi Lieberman appelle aussi un contact qui a un club à Londres, «où il y a une population indienne significative» et où son client a déjà travaillé. Sugar Sammy se trouve un micro pendant trois mois. L'agente sonde également un agent en Afrique du Sud, «où la culture est très diversifiée», pour qu'il présente un spectacle là-bas. Il y reste un mois pour jouer à Johannesburg au Cap. Grâce à son site internet, l'humoriste se fait aussi solliciter par un club de Bangkok, notamment. Il a un pied en Amérique du Nord, en Europe et en Asie! «Près de 90% des demandes viennent de mon site web», affirme Sugar Sammy. En 2008, il refait le même itinéraire, «où le nombre de fans s'est accru», tout en ajoutant Dubaï et Abou Dhabi à sa feuille de route.

L'année suivante marque un tournant dans la carrière de Sugar Sammy. Il présente cette fois son propre spectacle au Canada grâce à Just for Laughs (pendant anglophone de Juste pour rire). «J'avais des craintes, car il était peu connu et c'était difficile d'établir sa valeur, même s'il s'était déjà promené au Canada, admet Paul Ronca, pressenti pour produire la tournée. On a alors regardé combien de billets s'étaient vendus l'année d'avant et à quelle vitesse. On a fait toute une recherche. À Montréal, Toronto et Vancouver, Sam tirait admirablement son épingle du jeu à cause de la présence marquée des communautés culturelles. Donc, on a planifié une tournée de 10 villes dans des salles de 800 à 2000 personnes. Dans les grandes villes, les billets se sont vendus en 15 ou 30 jours. Et dans les autres, entre 30 ou 45 jours.»

À Montréal, l'humoriste prend soin de filmer ce spectacle baptisé *Sugar Sammy Live in Concert* pour éventuellement commercialiser un DVD. L'enregistrement est d'abord vendu à HBO Canada. «Tous les efforts marketing comptent, dit Jodi Lieberman. Ce spectacle fut le vendeur numéro 1 d'Amazon.ca pendant quelques semaines.»

Sugar Sammy rencontre également des agences de représentation aux États-Unis. Cette année-là, Jodi Lieberman apprend que *The Hollywood Reporter* compte dresser une liste d'humoristes «à suivre». ☒



ABOU DHABI



Plus de
200
shows par an

35 000
amis Facebook

2012
Grande rentrée
québécoise



Elle prend aussitôt contact avec la rédaction et envoie toute la documentation et les vidéos qu'elle possède sur son client. Un mois plus tard, c'est la consécration noir sur blanc dans la publication américaine: Sugar Sammy est sacré un des 10 humoristes de la relève à suivre dans le monde. « Cette précieuse mention a assurément aidé à le faire entrer aux États-Unis et à lui trouver une agence », estime Jodi Lieberman.

Depuis, la phrase « *The Hollywood Reporter* just named him one of the top 10 rising comedy talents from around the world » a été utilisée par les propriétaires de club et des journalistes, en plus de figurer sur la page d'intro du site internet de l'artiste. « J'étais très content, confie Sugar Sammy. C'est un bon titre à avoir, accrocheur. Ça ouvre des portes. »

Sugar Sammy signe finalement un contrat avec l'agence de représentation Gersh un mois après l'annonce du *Hollywood Reporter*.

Il est maintenant prêt à faire officiellement son entrée aux États-Unis. Il décide du même coup de se retirer du Canada, pour créer une certaine demande, se concentrer sur sa percée américaine, jouer dans les clubs, rencontrer des producteurs et auditionner pour des téléromans et des films à Los Angeles. « Aux États-Unis, la concurrence est nettement plus forte, note Jodi Lieberman. Mais quand le succès se pointe, la récompense c'est *Sky is the Limit!* »

Le Québec en parallèle

Aujourd'hui, non seulement Sugar Sammy s'attaque-t-il au marché américain, mais il souhaite aussi assurer une présence plus forte au Québec, où il n'a pas la notoriété d'un Louis-José Houde. Pour ce faire, il a d'abord officiellement remis sa destinée entre les mains de Martin Langlois. L'agent, qui le connaît depuis longtemps, a couché sur papier un plan quinquennal pour l'artiste, qui pourrait lancer bientôt deux spectacles dans la province. En français et en anglais. Il compte désormais consacrer temps et énergie quatre mois par année au Québec. « Le one man show francophone, prévu à l'automne 2012, est le cœur de l'opération, explique Martin Langlois. Bâtir une tournée est ce qu'il y a de plus important pour l'artiste. C'est sur ça qu'il a le plus de contrôle. Tout le reste repose là-dessus. »

Idéalement, l'humoriste veut présenter son spectacle dans toute la province pendant quatre ans. « Le plan est construit sur une tournée de 70 spectacles par an (à 35\$ le billet et 66% des sièges vendus la première année), résume Martin Langlois. En

trois jours, sans publicité, on en a vendu 71 à des acheteurs de spectacles/diffuseurs. Comme Sam est un nouveau venu au Québec, on n'a pas demandé le prix le plus élevé pour vendre la tournée. L'important est de vendre la salle la première année. »

Pour y arriver, Sugar Sammy et son agent (qui s'occupe aussi de la carrière de François Morency) ciblent des apparitions pertinentes dans des émissions pour gonfler sa notoriété – dans des productions établies autant que des projets personnels. « Car la télé au Québec est très importante », souligne Martin Langlois. À ce titre, Sugar Sammy s'est retrouvé récemment dans la série web de Tou.tv *En audition avec Simon* et, l'an dernier, aux très suivis *Gala Les Olivier* et *Tout le monde en parle*.

Le tandem souhaitait par ailleurs décrocher un contrat publicitaire en plus d'une commandite de taille pour une future tournée internationale, puisque Sugar Sammy prépare aussi un spectacle en anglais. Pensez à l'humoriste Martin Matte avec Honda. « Une commandite dans les six chiffres pour un an, un humoriste a rarement ça ici, note Martin Langlois. Mon souhait, c'est qu'elle couvre nos dépenses. » Le contrat est sur le point d'être signé, mais on se garde de dévoiler le nom du commanditaire.

En ce qui a trait à la pub, mission accomplie! En avril, Sugar Sammy est devenu la voix anglophone de Vidéotron, à la demande de l'agence de publicité Sid Lee. « Cette campagne est importante, car elle me sort du milieu de l'humour, note Sugar Sammy. Elle montre mes forces en jeu. »

« Lorsque tu deviens porte-parole d'un produit, tu deviens visible en relativement peu d'efforts », note Martin Langlois.

Le DVD du spectacle *Sugar Sammy Live in Concert*, finalement lancé au début de 2011, pourrait aussi servir de levier à la carrière québécoise de l'humoriste et montrer de quel bois il se chauffe sur scène. Sugar Sammy, qui a d'abord dirigé une entreprise en gestion d'événements, compte créer sous peu sa propre société de production. « Il aura bientôt sa marque de commerce, souligne Martin Langlois. C'est un homme d'affaires. C'est important pour lui. »

« Mes études à l'Université McGill m'ont donné un langage corporatif, raconte Sugar Sammy. Une vision globale de la profession. Elles m'ont fait comprendre que je dois bâtir ma carrière, mais que ça me prend des experts dans chaque domaine pour y arriver. Autrement, je n'aurais pas le temps de créer. »

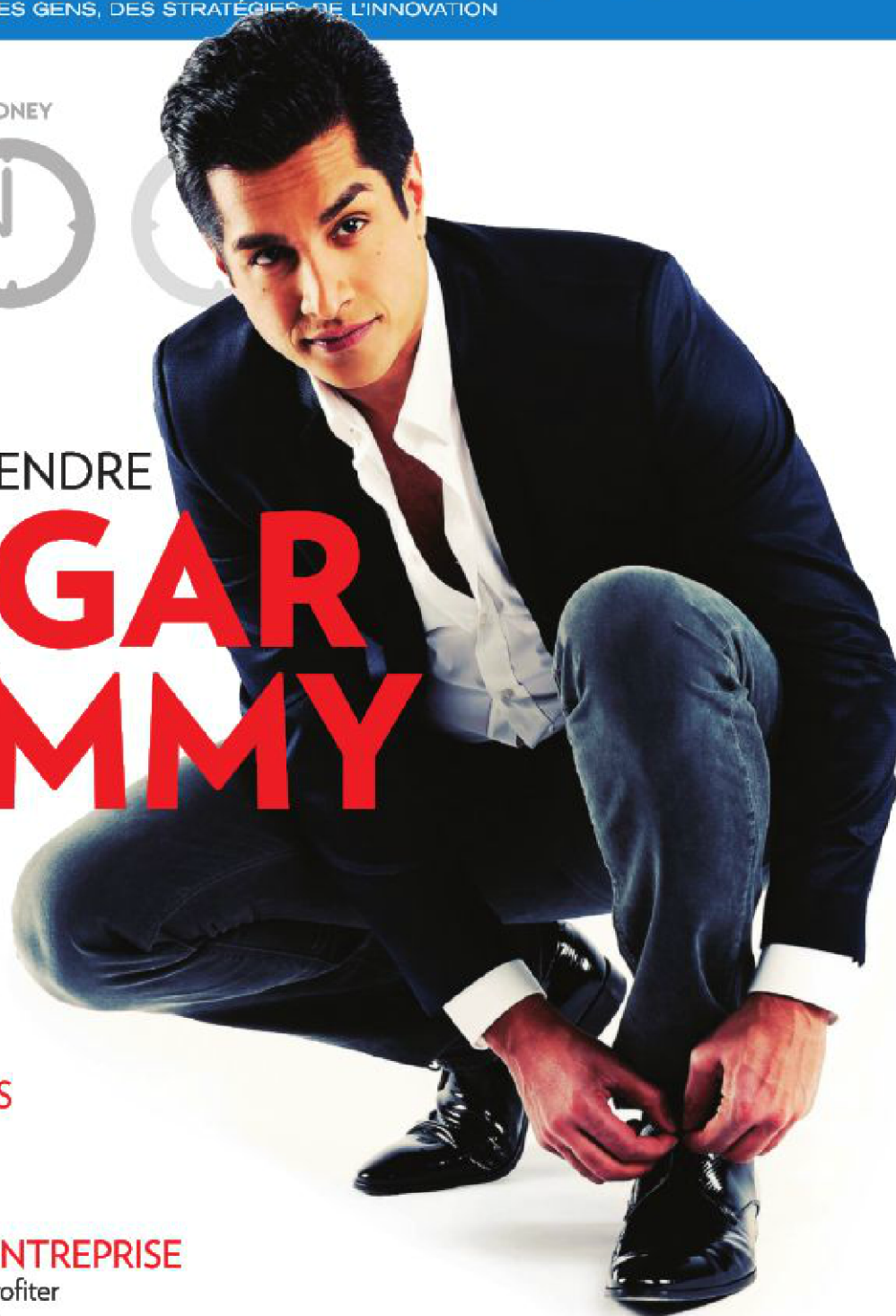
Les plans québécois et américain permettent à Sugar Sammy de se rapprocher de ses buts. Heureusement, la patience est une de ses qualités. « Jerry Seinfeld a déjà dit: "Il m'a fallu 15 ans pour devenir le over

LA PRESSE AFFAIRES MAGAZINE

LA PRESSE JUIN 2011 DES GENS, DES STRATÉGIES, DE L'INNOVATION

ABOU DHABI

SYDNEY



L'ART DE VENDRE

SUGAR SAMMY

QUÉBEC INC.

Un bilan après
25 ans!

**FINANCES
PERSONNELLES**

Les femmes, parents
pauvres de la retraite

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Diagnos: comment profiter
d'un revers de fortune