FABRICE SAWEGNON

BIOGRAPHIE

Né en Côte d'Ivoire le 18 janvier 1972, Fabrice SAWEGNON est une figure emblématique de la communication en Afrique francophone et compte parmi les personnalités les plus influentes du continent.

Fondateur et dirigeant de plusieurs entreprises et marques complémentaires et incontournables dans le paysage médiatique ivoirien et africain, il a fondé en 1999 l'une des toutes premières agences de communication d'Afrique francophone. Il emploie aujourd'hui plus de 1500 salariés en Afrique de l'Ouest, au Sahel et en Afrique centrale.

Conseiller en communication de Chefs d'État africains, Fabrice SAWEGNON est un libéral-social qui croit fermement que la jeunesse africaine doit reprendre en main son propre destin ainsi que celui des communautés dans lesquelles elle évolue. Cette conviction a d'ailleurs inspiré l'écriture de son premier livre de développement personnel intitulé « TRANSCENDER, LA THÉORIE DU MIROIR », un livre grâce auquel il partage son cheminement pour transcender sa condition, réaliser ses rêves, être heureux et surtout, être utile aux autres. Fils d'immigrés et orphelin de père, Fabrice SAWEGNON a grandi au sein d'une famille recomposée comptant 17 enfants. Fruit de l'excellence ivoirienne, il est titulaire d'un baccalauréat B du lycée technique d'Abidjan et d'un DUT de l'Institut National Polytechnique Félix Houphouët-Boigny de Yamoussoukro (INP-HB).

Père de quatre (04) enfants, Fabrice SAWEGNON mène, depuis de nombreuses années, des actions caritatives et citoyennes pour venir en aide aux personnes démunies et faibles. Libéral, Social et Humaniste, ses convictions et ses valeurs sont à l'origine de l'ONG AVEC LE CŒUR, une organisation non-gouvernementale qui s'inscrit dans le développement communautaire et l'épanouissement social et dont les valeurs se résument dans le triptyque : AMOUR – TRAVAIL – SOLIDARITÉ.

« Auto-suggestif compulsif aigu », comme il se décrit lui-même, Fabrice SAWEGNON est un homme d'une extrême positivité. Travailleur, épicurien et un brin taquin, il apprécie la musique, le tennis et les expériences « rafraîchissantes ». Pour cet entrepreneur, rien n'est acquis d'avance, le succès n'est pas une finalité mesurable avec satisfaction, mais une quête, une destination que l'on atteint grâce à nos propres efforts, en faisant preuve d'innovation, de créativité et de professionnalisme.

1999 : CRÉATION DE VOODOO COMMUNICATION À ABIDJAN

Fabrice SAWEGNON a 27 ans lorsqu'il entreprend son aventure entrepreneuriale.
La création de Voodoo se voulait profondément africaine dans son approche et dans sa vision créative. Bien sûr, cela ne signifiait pas exclure les talents non-africains, mais plutôt de conserver un regard africain comme ADN. Le choix du nom Voodoo n'était donc pas anodin. L'entreprise avait besoin d'un nom universellement reconnu qui reflète l'Afrique, peu importe où l'on se trouve dans le monde. En tant que première agence de communication fondée par des Africains, l'agence souhaitait susciter l'attention et surprendre dans une société marquée par un conservatisme religieux et une peur profondément enracinée de la sorcellerie dans l'inconscient collectif. Ainsi, le nom Voodoo résonne de manière sulfureuse, se démarque et brise les tabous. Le ton était donc donné. Mais Voodoo n'est pas seulement une philosophie de choc, c'est également la magie et la religion de la Création.
Le 25 novembre 2002, à Beyrouth, Voodoo a remporté le premier Mondial d'Or de la publicité francophone pour la campagne de rebranding de l'opérateur de télécommunications, Orange. Une récompense jamais attribuée à une entreprise africaine. C'était une consécration.

2003 : DÉBUT D'INITIATIVES ET DE LANCEMENTS DIVERS

L'année 2003, a marqué le début d'une ère d'innovation et de dynamisme dans divers secteurs : les médias, l'événementiel et le divertissement, la production cinématographique, le marketing politique, le social... En redéfinissant les règles de la communication, Voodoo a révolutionné l'industrie et élevé les standards du marché. Pour rester en avance, l'agence s'est engagée à créer de nouveaux modèles, à développer des supports de communication novateurs, des produits et des plateformes d'échange d'expériences.

2008 : NAISSANCE DE VOODOO GROUP

En 2008, s'opère un virement stratégique clé. Le volume substantiel des activités de Voodoo appelle une restructuration importante. Voodoo Group, le premier groupe de communication et de marketing d'Afrique de l'Ouest et du Centre, voit le jour ; celui-ci intègre des métiers & des offres pluridisciplinaires.

2024 : PREMIER GROUPE DE COMMUNICATION ET DE DIVERTISSEMENTS D'AFRIQUE FRANCOPHONE
Après 25 ans, le groupe Voodoo est incontestablement leader, avec des agences influentes dans plusieurs pays de la région : Abidjan (Côte d'Ivoire), Ouagadougou (Burkina Faso), Dakar (Sénégal), Douala (Cameroun), Kinshasa (Congo-Kinshasa), Lomé (Togo), Bénin (Cotonou) avec une branche opérationnelle à Monrovia (Libéria) et une capacité de déploiement dans différents pays africains. La vision du groupe s'est concrétisée grâce à une stratégie hybride axée sur la diversification et la synergie. De plus, la créativité et l'énergie de ses équipes l'ont placé à l'avant-garde de nombreux projets et concepts novateurs, et le groupe ira encore plus loin.

LE GROUPE

Fabrice Sawegnon est à la tête de plusieurs entreprises spécialisées dans la **communication**, les **médias**, la **production audiovisuelle**, l'**immobilier**, l'**hôtellerie** et le **divertissement**.

LA COMMUNICATION

- **VOODOO GROUP**
  www.voodoogroup.africa
  Créée en 1999, l'agence de publicité Voodoo est la première agence de publicité d'Afrique noire francophone qui a su s'imposer. Le groupe Voodoo possède aujourd'hui 7 agences de publicité avec une capacité de déploiement dans toute l'Afrique :
  - Voodoo Abidjan (Côte d'Ivoire)
  - Voodoo Ouagadougou (Burkina Faso)
  - Voodoo Dakar (Sénégal)
  - Voodoo Douala (Cameroun)
  - Voodoo Kinshasa (Congo Kinshasa)
  - Voodoo Lomé (Togo)
  - Voodoo Bénin (Cotonou)
  - Voodoo Monrovia (Liberia) – Branche opérationnelle

  Le groupe soutient également des initiatives liées à l'éducation et la formation grâce à la FONDATION VOODOO. La Fondation Voodoo est à l'origine du programme dénommé « Tennis Academy », une activité sportive au bénéfice des enfants issus de milieux défavorisés.

- **CONTROL'A**
  www.control-a.digital
  Une agence digitale spécialisée dans la communication digitale et le marketing d'influence

LES MEDIAS

- **LIFE MAGAZINE**
  www.lifemag-ci.com
  Premier magazine People de la Côte d'Ivoire, ce média de divertissement est le plus proche de l'univers de la consommation et promeut le style de vie des Ivoiriens.

- **TYCOON**
  Un magazine d'inspiration, qui fait la promotion des valeurs entrepreneuriales et qui met en lumière les exemples de réussite professionnelle, montrant ainsi la voie à la nouvelle génération.

- **LIFE TV**
  (TNT N°6 – CANAL 206 – LIFE PLAY) / www.lifetv.ci
  Une chaîne de télévision ivoirienne, sociale, familiale, gratuite et généraliste qui s'est donné pour mission de divertir, d'informer et d'éduquer avec une approche décomplexée, originale et positive.

- **LIFE RADIO**
  (107.7FM – CANAL 548) / www.liferadio.ci
  Une radio commerciale généraliste axée sur l'information, l'éducation et le divertissement. Elle se veut le reflet de la vraie vie des populations ivoiriennes.

- **VIBE RADIO (SÉNÉGAL)**
  (102.3FM) / www.viberadio.sn
  Une radio musicale et urbaine implantée au Sénégal, elle se positionne comme la Radio préférée des consommateurs, notamment des jeunes (15 – 35 ans).

- **WOMAN UP**
  Média féminin digital, 100% social et engagé

LA PRODUCTION

- **STUDIO FS**
  Passionné de cinéma, Fabrice SAWEGNON a toujours souhaité finir sa carrière comme producteur de cinéma. Après un premier coup d'essai réussi, en coproduisant avec le réalisateur Hyacinthe HOUNSOU la série « APHASIE », il crée STUDIO FS et produit depuis plusieurs années des productions africaines à fort succès : JUSQU'AU BOUT (le film), ISABELLE (série), L'AFFAIRE BOMBLIN (série), MAQUISARDS (série) FOOTEUSES (série), BIAMA CITY (série).

LE MARKETING

CROSSROAD
Spécialiste des mesures de trafic, CROSSROAD est un Cabinet d'intelligence des données : Comptage automatique de trafic routier et de trafic piétons - Mesure d'audience et profiling de spectateurs.

LIFE EDITION
Life Edition est la régie publicitaire dédiée à la commercialisation de l'ensemble des supports et des espaces publicitaires des médias télé, radio, presse papier, presse digitale, etc. Elle assure également l'intermédiation entre les annonceurs et les différentes entités qui compose le groupe.

L'ÉVÉNEMENTIEL ET LE DIVERTISSEMENT

- **NVLLE SODA**
  Agence événementielle dont le cœur de métier est l'organisation d'événements grand public & professionnels

- **LIFE STAR**
  Nightclubbing et spectacles

- **MANDJARO**
  Lounge et Réseau d'amateurs de cigares

- **BOULAY BEACH RESORT**
  www.boulaybeachresort.com
  Premier joyau architectural du tourisme balnéaire en Côte d'Ivoire, Boulay Beach Resort (BBr) est un complexe hôtelier de standing, cumulant les caractéristiques d'un beach club et d'une plateforme événementielle.
  Nichée sur l'île Boulay, île principale des 13 îles de la baie d'Abidjan, l'établissement propose de nombreuses prestations, dont l'hébergement, le divertissement et l'évènementiel. Le lifestyle de l'établissement est le résultat d'un mariage magistral entre la modernité et le chic à l'Africaine.

L'IMMOBILIER

- **DIAMOND CENTER I**
  Inauguré ce jeudi 12 décembre 2024, le Diamond Center I, est le nouveau lieu de vie de la capitale. Mêlant restaurants, commerces et bureaux il est situé dans la commune de Cocody, au cœur du quartier chic de Beverly Hills, Riviera 4. Construit sur trois étages, il met en valeur une architecture contemporaine et une sélection d'enseignes internationales et locales dans la restauration, le bien être, le lifestyle, le conseil.

- **DIAMOND CENTER II**

  Le Diamond Center II, c'est une connexion directe avec le Diamond Center 1. Une adresse de référence pour une clientèle exigeante :
  - Un pôle d'attraction économique pour marques premium et entrepreneurs
  - Une expérience client personnalisée dans un environnement élégant et sécurisé
  - Un mix optimisé pour un trafic premium et un panier moyen élevé : services financiers, grande distribution, cadeaux & concept stores, sport & bien-être, loisirs & numérique, lifestyle, prêt-à-porter, restauration sélectives.

À PROPOS DU LIVRE « TRANSCENDER »

La « Théorie du miroir » est un exercice de réflexion introspective qui permet de se découvrir, de s'accepter et de se transformer afin de trouver sa trajectoire de vie.
Elle a été élaborée à partir de la propre expérience de Fabrice SAWEGNON (l'auteur) et se distingue par sa conception profondément africaine du développement personnel.
En effet, dans un environnement où des raisons structurelles évidentes entravent considérablement l'épanouissement, cette approche du développement personnel lui a permis de trouver un juste équilibre entre son désir de se réaliser et l'identité profondément collective des cultures africaines dont il est originaire. Ainsi, il a pu redéfinir de manière dynamique ses choix de vie, se surpasser, être heureux et surtout utile aux autres.

Le livre « TRANSCENDER, la théorie du miroir » se veut donc un point de départ à ne pas manquer, dans la quête ultime d'être « heureux » et surtout d'être « utile aux autres ». Le vœu le plus cher de Fabrice SAWEGNON est de voir s'épanouir ces milliards de jeunes qui présideront à la destinée de notre continent et peut-être du monde dans les années à venir.
En s'affranchissant de l'idée de faire partie d'un groupe voué à la souffrance, tout deviendra possible à la jeunesse africaine, car c'est à partir de soi que les choses doivent commencer à changer, pour ensuite bouleverser les situations défavorables qui nous sont extérieures.

- **Thématiques :** bien-être mental et physique, confiance en soi, valeurs sociales, pensée et influence positives, relation, culture, etc.
- **Objectif :** aider les jeunes et les moins jeunes à s'autodéfinir pour trouver leur voie et transformer leur vie.
- **Cibles :** jeunes adultes
- **Préface :** Didier ACOUETEY, président du groupe Africsearch (fondé en 1996), une structure spécialisée dans la détection de talents et la gestion des ressources humaines pour l'Afrique
- **Postface :** Alain FOKA, journaliste, producteur et vidéaste web classé parmi les 100 africains les plus influents dans la catégorie médias.
- **Point de vente :** Amazon – Librairie de France et FNAC (Abidjan)