

Jean-Yves Meilland (Euromedia) :

« Je suis un développeur, pas un liquidateur. »

Le nouveau directeur général d'Euromedia pour la France est un familier de la prestation technique. Jean-Yves Meilland, 58 ans, a notamment connu Visual TV avant son rachat par le concurrent AMP. Début septembre, il a succédé à Lionel Vialaneix à la tête de la filiale française d'Euro Media Group, détenu par PAI Partners. Le contexte est compliqué, entre un marché hexagonal très concurrentiel et une situation capitalistique de transition : propriétaire depuis plus de quatre ans, PAI Partners devrait chercher à sortir à moyen terme.

Satellifax Magazine : Vous avez été nommé directeur général d'Euromedia début septembre. Quelle analyse faites-vous de la société, plutôt malmenée ces dernières années ?

Jean-Yves Meilland : Je connais Euromedia depuis longtemps, je l'ai vu se constituer dans sa forme actuelle. François-Charles Bideaux [ancien directeur de la production des sports du groupe Canal+, nommé copdg du groupe début 2018, ndlr] n'est pas étranger à mon arrivée. Quitter ma précédente aventure professionnelle, OL TV, qui était d'ailleurs cliente d'Euromedia, n'a pas été une décision facile. J'ai discuté avec beaucoup de gens du secteur et j'en ai retenu l'excellence technique du groupe. Aujourd'hui, j'arrive dans une société que je sais riche de ses compétences.

Certes, mais sur le plan économique, Euromedia fait figure de leader déchu... Depuis trois ou quatre ans, AMP Visual TV est passé devant en termes de chiffre d'affaires, en particulier depuis le rachat de l'offre de plateaux de tournage détenus jusqu'en 2017 par Euromedia.

JYM : Je ne fais pas mienne votre analyse. Le marché est difficile, voire inquiétant. Mais la situation d'Euromedia n'est pas catastrophique, loin de là. Je suis là pour affiner une stratégie de développement qui repose en grande partie sur l'innovation. La conquête de nouveaux marchés passe par notre capacité à parler à nos clients de nouveaux services et à s'adapter à leurs demandes. Euromedia vient d'ailleurs de décrocher le contrat de production de la Coupe de France de football auprès du groupe Discovery pour sa chaîne Eurosport France pour les deux prochaines éditions. C'est une belle ■ ■ ■



Jean-Yves Meilland, 58 ans, dirigeait la chaîne OL TV depuis sa création en 2004, avant de rejoindre Euromedia.
Photo © Abacapress/ Giuliano Ottaviani

■■■ victoire : nous n'avions plus travaillé sur la Coupe de France depuis huit ans, soit deux cycles d'appels d'offres. Euromedia est un partenaire historique du football français, c'est une compétition majeure sur laquelle nous devons être présents. Je remercie le groupe Discovery qui nous fait confiance pour les deux prochaines éditions. En tant que grand amateur de football, j'ai un attachement particulier à cette compétition qui regroupe toute la famille du football français. Je suis ravi qu'Euromedia en fasse partie.

« La guerre des prix, c'est la chronique d'une mort annoncée. »

S'adapter à ses clients, c'est peut-être aussi répondre à des contraintes budgétaires ?

JYM : L'innovation porte également, en interne, sur nos méthodes. Il faut en effet pouvoir répondre à différents types de besoin. Prenez l'exemple de Canal+ : la chaîne doit offrir un traitement extrêmement pointu de son match de Ligue 1 du dimanche soir. Pour d'autres sports ou d'autres cases, l'exigence n'est pas la même. Et nous nous adaptons.

Donc du low cost d'un côté et du service premium de l'autre, c'est la clé du positionnement d'Euromedia ?

JYM : Low cost, non ! S'adapter à un budget, revoir nos méthodologies, ce n'est pas fournir du low cost pour autant.

Gilles Sallé, patron de votre principal concurrent en France, AMP Visual TV, juge que les acteurs de l'industrie technique sont allés trop loin dans la baisse

Euromedia : de nombreux changements de direction depuis cinq ans

Fondé en 1983 par Chantal et Jean-Pierre Barry (décédé en février 2018) avec [Luc Geoffroy](#), Euromedia a connu une croissance forte, alimentée par plusieurs opérations de croissance externe : la SFP en 2001, VCF racheté à Sportfive en 2003... En 2007, le groupe change de dimension en fusionnant avec le hollandais UBF. En 2010, un projet d'introduction en Bourse avorte. [Thierry Drilhon](#), ancien cadre de la SSII Cisco, est recruté en octobre 2012 pour diriger le groupe et préparer l'arrivée d'une évolution capitalistique : le fonds d'investissement PAI Partners devient l'actionnaire de référence du groupe au printemps 2014.

A la tête de la filiale française, les visages se succèdent : [Xavier Marvaldi](#), ex-M6 Web, est dg délégué pendant quinze mois (2012-2013) ; l'historique [Bernard Chaussegros](#) est débarqué de la présidence en septembre 2013 avant de quitter le groupe fin 2014. Début 2015, [Lionel Vialaneix](#), ex-Endemol France, lui succède. Il supervise en particulier la cession de l'offre de plateaux au concurrent AMP Visual TV avant de quitter ses fonctions en février dernier, laissant le poste vacant plusieurs mois avant l'arrivée de Jean-Yves Meilland.

Au niveau du groupe, après la démission de Thierry Drilhon en 2017, le directeur financier [Patrick Van den Berg](#) a assuré l'intérim. Début 2018, [François-Charles Bideaux](#), jusqu'alors directeur de production du pôle Sport du groupe Canal+ en France, est devenu copdg au côté de Patrick Van den Berg.

des budgets¹. Partagez-vous cette analyse ?

JYM : Oui, j'ai vu des affaires traitées à des prix indécents, où le matériel n'est pas valorisé, ou alors à des niveaux qui ne permettent pas de réinvestir. La guerre des prix, c'est la chronique d'une mort annoncée. La clé du développement, c'est de proposer des services, pas d'aller pratiquer une politique de terre brûlée. Il faut que les diffuseurs comprennent, et c'est déjà le cas de certains, qu'on a besoin de réinvestir. D'autant que nos métiers

1- Voir ses interviews dans *Satellifax Magazine*, notamment [celle du 6 avril 2015](#).

changent du fait des bouleversements technologiques.

Face à ces changements, technologiques et humains, Euromedia a déjà procédé à des restructurations lourdes, notamment en termes de ressources humaines. D'autres mesures de cette nature sont-elles à attendre ?

JYM : Il est bien sûr trop tôt pour vous répondre : j'ai pris mes fonctions le 4 septembre. Mais ce qui est certain, c'est que je suis un développeur, pas un liquidateur. Autrement dit, je ne suis pas arrivé avec la mission de faire un plan social, bien au contraire. ■■■

Euromedia en chiffres

En 2014, Euromedia réalise 110 millions d'euros de chiffre d'affaires en France, soit un petit tiers du volume global d'activité de la maison mère, Euromedia Group, dont le CA culmine à 360 M€ en 2016. En face, sur le marché hexagonal, AMP Visual TV réalise 109 M€ de CA en 2014. A partir de 2015, Euromedia se désengage d'un certain nombre de plateaux de tournage et finit par céder la totalité de l'activité à son concurrent en 2017, soit environ 25 M€ de CA.

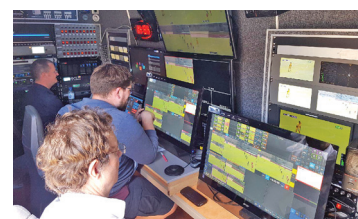


Photo @ Abacapress



Captation d'un match au Parc des princes pour Canal.
Photo © Iconsport

■ ■ ■ Mon ambition est de pouvoir recruter dans les mois qui viennent.

Regardez ce qu'il s'est passé dans le domaine de la musique : les changements d'organisation ont en effet suivi les bouleversements technologiques. Mais il y a aussi de nouveaux acteurs qui ont émergé. Dans notre secteur aussi, nous pouvons nous attendre à de nouveaux clients.

« La clé du développement, c'est de proposer des services, pas d'aller pratiquer une politique de terre brûlée. »

Votre stratégie d'enrichir le panel de vos services passera-t-elle par des acquisitions ?

JYM : La croissance externe n'est pas exclue. Une des réponses à la recomposition du secteur passera peut-être par des rachats ciblés. En tout cas nous réfléchissons.

Jean-Yves Meilland en dates

Né en 1960 (58 ans).

1990 : débute chez Visual TV (prestations de services audiovisuels au sein des agences de Paris, Lyon, Angers, Metz et Toulouse).

1998 : devient directeur de production chez TVRS 98, une société de radio et de télévision créée par Philippe Lévrier pour assurer la couverture audiovisuelle de la Coupe du monde de football de 1998 en France.

2001-2004 : directeur du département broadcast de Soft Ads, prestataire technique.

2004-2018 : fondateur puis directeur général d'OL TV, filiale du groupe de football constitué par Jean-Michel Aulas autour de l'Olympique lyonnais.

Depuis septembre 2018 : directeur général d'Euromedia, la filiale française du groupe de prestations techniques Euro Media Group.

> Retrouvez [la biographie Satellifax de Jean-Yves Meilland](#) sur notre site.

Euromedia, la filiale française dont vous avez la responsabilité, est-elle à l'équilibre ?

JYM : Pas tout à fait.

PAI Partners, actuel propriétaire d'Euro Media Group, est arrivé en 2015. Un fonds d'investissement revend en général ses actifs au bout de cinq, parfois sept ans. Sentez-vous une pression particulière de

l'actionnaire ?

JYM : Je suis venu pour développer l'entreprise, trouver de nouveaux marchés et renouer avec la rentabilité, et ce quels que soient les objectifs de l'actionnaire. Donc pour moi, projet de cession ou non, ça ne change rien. Et puis j'ai passé l'âge d'avoir peur du lendemain... ■

Propos recueillis
par Anne-Sophie Filhoulaud