

Laurent Eichinger (Equidia) :

un plan triennal d'économies puis de développement du pôle médias

A la tête du pôle médias codétenu par France Galop, Le Trot et le PMU depuis dix-huit mois, Laurent Eichinger entend bien faire bouger les lignes. Après l'arrêt d'Equidia Life fin 2017, une chaîne unique Equidia a été relancée avec de premiers résultats d'audience qui, selon le directeur, « valident la stratégie ». Laurent Eichinger a fait adopter un plan d'économies et de développement sur trois ans qui devrait le conduire jusqu'en 2019.



France Galop, Le Trot et le PMU, GIE codétenu, ont souhaité mutualiser leurs moyens pour constituer un pôle médias élargi qui inclut l'édition de chaînes, la fabrication d'images et la génération de data. Laurent Eichinger le dirige depuis janvier 2017. Photo © Equidia.

Satellifax Magazine : Vous venez de publier les audiences d'Equidia sur les quatre premiers mois de l'année 2018, en hausse par rapport à 2017, même si l'offre n'était pas comparable.

Laurent Eichinger : Globalement, l'audience moyenne a augmenté de 38 % si on compare à date, avec de bons résultats en particulier sur les retransmissions de courses de 12h à 21h30 (Le Grand Direct) et sur ce qui correspond à notre access, L'Avant Courses,

de 10h à 12h. Ils sont 150 000 téléspectateurs devant la retransmission du Quinté le week-end et, pour de gros événements, nous atteignons jusqu'à 350 000 personnes.

L'an dernier, il y avait deux chaînes, Equidia Live et Equidia Life... Pourquoi avoir fait le choix d'arrêter Equidia Life fin 2017 ?

LE : Quand je suis arrivé à ce poste début 2017, la feuille de route était claire :

faire des économies, puis définir un plan de développement pour la marque Equidia. Pendant quatre mois, j'ai fait un audit complet du pôle médias, nouvellement constitué, dont le périmètre dépasse d'ailleurs largement Equidia : il rassemble sept entités juridiques qui opèrent de la captation des courses – sachant que nous disposons de nos propres moyens de tournage – jusqu'à la distribution et la monétisation des contenus produits. Ce pôle ■■■

■■■ représente un budget global de 72 millions d'euros, 200 personnes en CDI, soit 400 équivalents temps plein (ETP) et 10 000 courses couvertes chaque année.

« L'arrêt d'Equidia Life, c'est 7 millions d'euros d'économie en année pleine. »

De cette phase d'audit, j'ai tiré plusieurs conclusions concernant notre activité d'édition de chaînes : d'abord, la nécessité de nous concentrer sur notre cœur de business, à savoir une chaîne 100 % hippique, en mettant fin au mélange des genres pratiqué jusqu'ici. J'ai abouti à la conviction qu'on ne pouvait adresser en même temps les communautés hippiques et équestres, postulat à l'origine d'Equidia Life. Ce sont des publics différents qu'il est difficile de travailler avec le même média [le sport hippique rassemble les courses de chevaux au galop ou au trot, les sports équestres sont le saut d'obstacle, le dressage ou encore le concours complet, ndlr]. Bref, maintenir ces deux chaînes en l'état était à mon sens destructeur de valeur, jusqu'à la confusion des marques Equidia Live / Equidia Life, dans un environnement où il est difficile d'émerger.

Pendant plusieurs mois, nous avons réfléchi à un modèle économique alternatif pour Equidia Life, à savoir une chaîne centrée sur le sport, commercialisée par abonnement. J'avais en particulier en tête le modèle de Golf+, chaîne que j'ai eu à diriger au sein du groupe Canal+ dans de précédentes attributions. Des contacts ont été pris avec les distributeurs, mais la transformation aurait pris beaucoup de temps et les maisons mères ont décidé d'arrêter la chaîne, une décision que j'assume complètement. L'arrêt d'Equidia Life, c'est 7 millions d'euros d'économie en année pleine. Aucune chaîne ne peut survivre en générant de telles pertes.

Sauf qu'Equidia Life comme Equidia Live avaient été présentées comme des vitrines de l'activité de France Galop, du Trot et du PMU, plus que



Laurent Eichinger, 39 ans, a travaillé au sein des groupes NextRadioTV et Canal+ notamment.
Photo © Andre Caty

comme des médias ayant vocation à s'auto-financer.

LE : C'est toujours le cas d'Equidia, pour laquelle la contribution des Sociétés Mères est complétée par les revenus issus de la distribution et de la publicité. Mais, sauf à privilégier un tout autre modèle comme nous l'avons un temps envisagé, deux chaînes représentaient un budget trop lourd dans le contexte du plan d'économies global qui avait été lancé. Ce plan touche d'ailleurs l'ensemble des activités du pôle dont j'ai la charge. Quatre millions d'euros d'économies viendront de la

renégociation de nos contrats avec nos fournisseurs. En 2019, nous aurons réalisé 14 millions d'euros d'économies, dont trois seront réengagés dans le développement de nos activités. Par exemple, les moyens techniques et humains lors de la captation du Prix de l'Arc de Triomphe sont d'ores et déjà renforcés : nous disposerons de 30 à 35 caméras lors de la prochaine édition [octobre 2018, ndlr], soit plus que lors du match de football France Irlande du 28 mai !

Après l'arrêt d'Equidia Life et ■■■

■■■ avant le lancement de la nouvelle mouture d'Equidia début 2018, Cheval TV a été lancée à l'initiative de Thierry Laval. La voyez-vous comme une concurrente ?

LE : Non, ils sont à 100 % sur l'équestre, secteur que nous avons quitté pour nous concentrer sur l'hippisme. Tant mieux pour la filière équestre !

Equidia a été repositionnée comme une chaîne sportive d'une part, et un média au service des parieurs d'autre part. Ce positionnement nous conduit, par exemple, à développer un outil tel qu'Equidia Racing, à savoir la possibilité de suivre la réunion de son choix dans son intégralité grâce à la mise à disposition de huit canaux. Ce service, proposé à 5,99 euros par mois sans engagement depuis février, a été souscrit par 2 500 personnes à fin avril. Plus de 80% des abonnés choisissent de renouveler leur abonnement d'un mois sur l'autre, ce qui est très satisfaisant sur ce type d'offre. L'idée est maintenant d'élargir la distribution d'Equidia Racing : nous discutons avec des opérateurs en complément de la commercialisation directe auprès du grand public, en OTT.

La direction du PMU, qui est l'une de vos trois maisons mères, vient de changer. Cyril Linette, ex-L'Equipe, et Bertrand Meheut, ancien président du directoire du groupe Canal+, en sont respectivement devenus directeur général et président. Vous retrouvez



Florent Gautreau, directeur de la rédaction d'Equidia, et Laurent Eichinger, directeur du pôle Médias commun à France Galop, Le Trot et le PMU.

Biographie

Né en 1978, Laurent Eichinger est diplômé du lycée de l'image et du son (Angoulême, 1999). Il débute en 1999 au sein de la direction des opérations d'>télé, nouvellement lancée par le groupe Canal+. Il participe à l'organisation de la couverture news. Fin 2005, il rejoint une autre chaîne d'information nouvellement créée : BFM TV (NextRadioTV), dont il est directeur de la production. En 2009, Laurent Eichinger prend la direction des achats du groupe, qui réunit alors RMC, BFM, BFM TV, RMC et Groupe 01, avec des missions transverses d'organisation et de gestion financière. Il quitte NextRadioTV en 2011 pour rejoindre medici.tv, start-up dédiée à la diffusion web de musique classique, opéra et danse. Laurent Eichinger en assure successivement la direction commerciale, marketing puis du développement (novembre 2012). Il retrouve le groupe Canal+ en janvier 2014, nommé directeur des chaînes thématiques Sport (Infosport+, Sport+, Golf+). Il a notamment à gérer la nouvelle concurrence née du lancement, à l'occasion de l'Euro 2016, de BFM Sport, puis des chaînes SFR Sport 1, 2, 3, 4 et 5. Laurent Eichinger quitte le groupe Canal+ fin 2016 et rejoint début 2017 France Galop, Le Trot et le PMU pour prendre la direction d'un nouveau pôle médias qui inclut l'édition de chaînes (Equidia Live, Equidia Life), la captation de courses, la production des images du Groupement technique des hippodromes parisiens (GTHP), la régie de Vincennes et de Cagnes-sur-Mer, ou encore la gestion de la data associée. Equidia Life cesse d'émettre fin 2017, Equidia Live est rebaptisée Equidia et recentrée sur les parieurs.

d'anciens visages de Canal+...

LE : Et je ne peux que m'en réjouir ! Cyril va offrir un regard neuf sur les courses, il saura renouveler l'expérience PMU.

Bertrand Meheut avait mené en 2016 une mission sur le Pôle Media que vous dirigez aujourd'hui pour le compte de ses actionnaires. Quelles en ont été les conclusions ?

LE : Son travail a permis d'organiser une gouvernance transverse pour cet ensemble hétéroclite de sept sociétés. Aujourd'hui, le circuit de décision est court et efficace, avec un conseil d'administration où les trois Présidents de l'Institution sont rassemblés et auquel je reporte.

Quels sont les prochains axes de développement du pôle ?

LE : Nous préparons la refonte des moyens de captation pour mieux événementialiser le spectacle des courses et améliorer les services proposés. Par ailleurs, je viens d'être mandaté pour adresser le chantier data hippique. Ce nouvel axe est fondamental pour l'image et le business des courses, au même titre que tous les sports majeurs développent cette dimension stratégique.

Appliqués à nos 10 000 courses annuelles, ces deux développements offrent une richesse fantastique à exploiter, tant pour la France que pour les 50 partenaires internationaux du PMU. ■

Propos recueillis
par Anne-Sophie Filhoulaud