

Entretien avec Pascal Zératès

Pascal Zératès est directeur général chez Videlio depuis un an. L'occasion de faire un point sur les activités du groupe qui a emménagé depuis quelques mois dans ses nouveaux locaux à Gennevilliers.

Par Stephan Faudeux



Pascal Zératès, directeur général chez Videlio.
© Adrien Daste.

Mediakwest : Quelle est votre rôle au sein du groupe ?

P.Z. : Pour me situer dans l'organisation de la société, VIDELIO est un groupe dans lequel vous avez trois métiers. Vous avez un métier de grossiste, notamment sur la vidéoprojection qui est représentée par la société Intelware, dirigée par Yvick De Fouchier, qui fait à peu près une trentaine de millions d'euros de chiffre d'affaires. Vous avez ensuite la partie événementielle, VIDELIO - Events, qui fait à peu près aussi une trentaine de millions, représentée par Guillaume Durieux. Pour ma part, j'ai la charge de l'activité intégration qui représente environ 200 millions d'euros, 190 pour être précis. Cette partie regroupe les sociétés IEC, HMS, Preview /Media et Cap'ciné.

M. : Le nom d'IEC a été conservé ?

P.Z. : La dénomination juridique d'IEC a été conservée, mais nous avons rebaptisé ce pôle « intégration » en VIDELIO - Digital Media. Sur la communication institutionnelle, le pôle Digital Média, avec une croissance à deux chiffres, se porte bien. Nous avons des ambitions assez fortes pour développer une approche holistique sur les usages de l'audiovisuel, sachant que nous sommes le seul acteur aujourd'hui à être capable de produire une chaîne de télé dans les entreprises, de construire des cars-régies, de collaborer avec les groupes médias, de concevoir des salles de réunion intelligentes et des auditoriums... Nous couvrons l'ensemble des usages de l'audiovisuel chez nos clients. C'est une grande force et nous creusons notre sillon par rapport à cela.

M. : Depuis combien de temps êtes-vous arrivés dans vos nouveaux locaux ?

P.Z. : Nous sommes arrivés au mois de juin et nous avons regroupé nos entités. Nous avons deux sites maintenant : ici à Gennevilliers et nous avons une plate-forme logistique à Nanterre. Nous avons conservé nos locaux VIDELIO - Cap'ciné proches de l'Étoile. La partie événementielle, qui était présente au Plessis-Robinson, a déménagé à Gennevilliers aussi. La plate-forme logistique et

le stock sont à Nanterre, notamment sur la partie média comme la fabrication de la vidéo mobile. Gennevilliers dispose d'un petit stock et c'est ici que nous faisons les tests de matériel, que nous testons les installations matérielles.

M. : Ici à Gennevilliers, vous avez combien de collaborateurs ?

P.Z. : Nous sommes 500, à une dizaine près.

M. : Une idée de votre chiffre d'affaires pour 2017 ?

P.Z. : Par rapport à l'année dernière, nous allons faire une croissance de plus de 10 % de croissance. Nous avons fait 12 % de croissance fin septembre. Nous sommes sur le dernier trimestre et espérons maintenir cette performance.

M. : Quels sont les secteurs qui sont en développement ?

P.Z. : Nous avons notre activité croisière qui nous tire, qui réalise une belle croissance grâce à cette expertise qui est quand même assez unique dans le monde ; il n'y a que les allemands et nous qui savons bien faire les choses au niveau des navires de croisière. Nous sommes bien identifiés dans ce domaine, donc l'activité nous tire vers le haut. Nous sommes également portés par l'activité média. En termes de chiffre d'affaires, ces deux activités vont faire à elles seules, 30 % de croissance à minima. Nous équipons les chaînes de télé. Nous sommes en train de déployer les chaînes de télé du Tchad. Nous avons gagné CNN en production de CNN Money Switzerland que nous avons signé en Suisse. Nous nous sommes lancés dans l'infogérance de chaînes de télé. Nous avons signé également, RT France. Nous avons gagné d'autres grosses affaires dernièrement. Sur l'activité média, nous avons rejoint ce que nous faisons sur la croisière en termes de croissance.

Sur tout ce qui est production en IP 4K, VIDELIO dispose d'une expertise importante et un coup d'avance par rapport à ses concurrents. Nous avons des moyens importants pour accompagner nos clients lorsqu'ils déménagent ou qu'ils s'installent, pour des studios de production ou de postproduction.

M. : Pouvez-vous nous en dire plus sur le projet de chaînes numériques au Tchad ?

P.Z. : Le Tchad est en cours d'installation. C'est un projet d'environ 15 millions d'euros. Nous avons terminé la recette usine fin septembre. Tout le matériel est arrivé par avion gros porteur début décembre. Nous allons commencer à faire l'installation et la recette sur site pour un déploiement final qui devrait permettre de mettre on air les chaînes au mois de février. Ce ne sera pas de la produc-

tion IP. Nous sommes restés sur des solutions éprouvées et standard.

M. : Quel est le pourcentage du chiffre fait en France et de celui à l'international ?

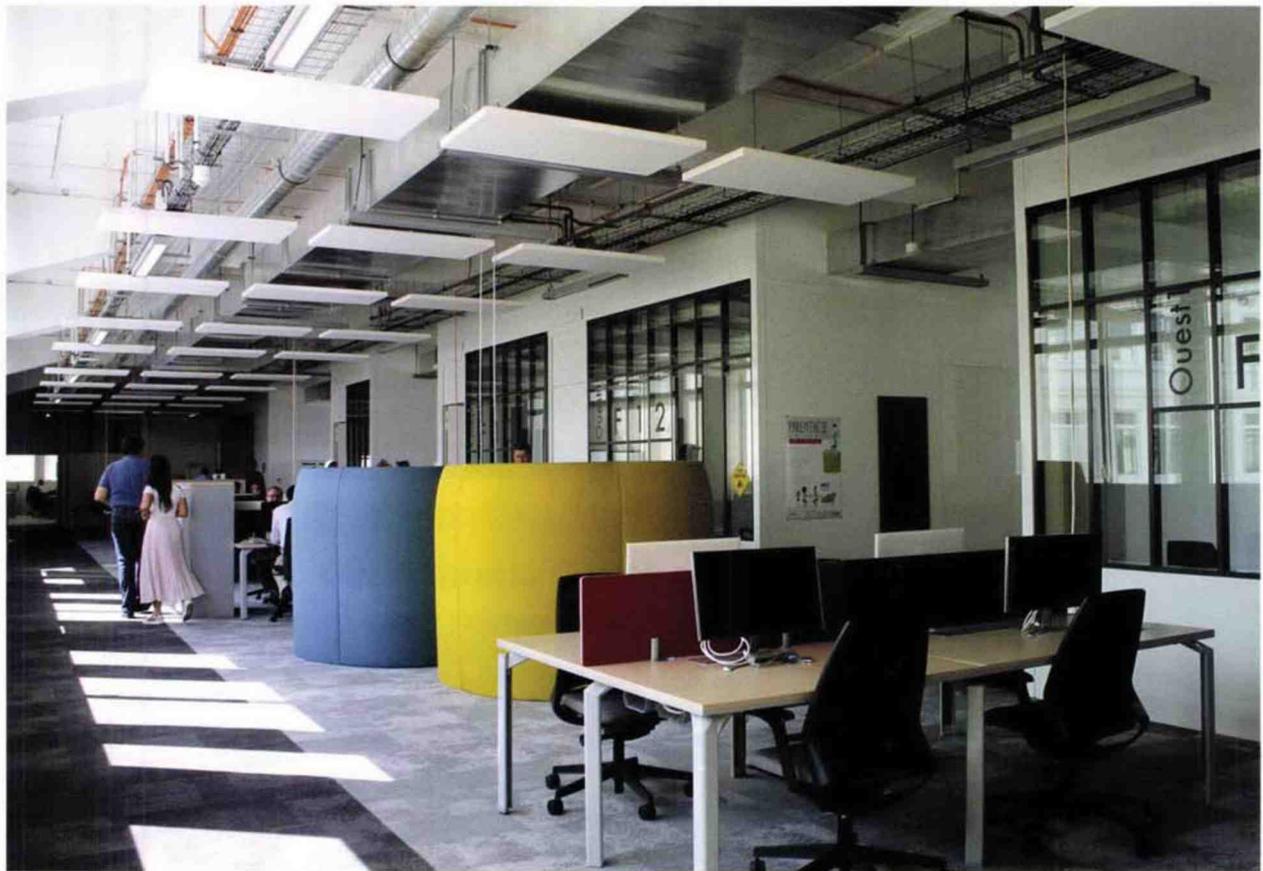
P.Z. : Aujourd'hui, nous sommes à peu près à moitié/moitié. Nous avons une grosse activité média à l'international. Nous nous étendons au niveau géographique sur la partie croisière. Nous sommes présents à Miami, Saint-Nazaire, Trieste en Italie et nous sommes en train d'ouvrir Shanghai. Nous avons également ouvert VIDELIO Algérie pour la partie corporate et média au mois de février dernier. Nous nous renforçons sur le Royaume-Uni, nous avons démarré sur la partie média et nous sommes en train de regarder comment faire du corporate. C'est un marché très dynamique. Nous nous étendons sur le Middle-East à Dubaï également.

M. : Pour revenir sur le bâtiment, nous avons l'impression d'être dans un immense show room. C'est un peu la volonté, non ?

P.Z. : C'est cela. Ce bâtiment est un immense showroom. Nous avons fini de nous installer. Nous installons ici toutes les technologies de réservation de salles et les technologies immersives tendances dont nos clients sont friands et nous les recevons pour réaliser des démonstrations grandeur nature.. C'est bien que le 141 (avenue des Grésillons à Gennevilliers, ndlr) devienne un petit peu « the place to be » à Paris.. Nous leur proposons de faire leur comité de direction chez nous, nous leur faisons des démos, organisons des conférences thématiques. Nous essayons de leur montrer tout ce que nous pouvons faire au niveau du bâtiment intelligent.

Bio Express

Pascal Zératès, né en 1965, est titulaire du diplôme d'ingénieur de l'Institut des Sciences de l'Ingénieur de Montpellier (microélectronique et automatique). Il a débuté sa carrière comme ingénieur système au sein du groupe Egis avant de rejoindre France Télécom/Orange en 1992 où il a exercé diverses responsabilités, notamment, entre 2001 et 2003, celle de directeur général délégué de la filiale Etrali SA, puis entre 2004 et 2015, celle de directeur des ventes grands clients sur le secteur Ouest Francilien et, depuis 2015, celle de directeur général délégué en charge du commerce d'Orange Cyberdéfense.



Le nouveau siège de Videlio à Gennevilliers est également un immense show-room mettant en scène les technologies les plus récentes. Les bureaux sont ouverts et les salariés travaillent en mode flex. © Videlio

M. : Hormis l'accueil, avez-vous d'autres endroits où vous disposez d'écrans pour faire de la projection ?

P.Z. : Oui, dans toutes les salles de réunion. Nous avons déployé des solutions immersives. Dès qu'une nouvelle technologie originale propose une valeur ajoutée et qu'un partenaire a envie de mettre en avant, nous la déployons chez nous. Nous présentons par exemple des solutions Spark Cisco, Surface de Microsoft. Nous faisons beaucoup de visioconférences avec nos collègues, à Miami ou au Royaume-Uni, pour nos points business et autres. Nous essayons d'utiliser nous-mêmes les outils que nous vendons à nos clients pour faire mentir un peu l'idée que le cordonnier est toujours le plus mal chaussé !

M. : Avez-vous encore beaucoup de place ?

P.Z. : C'est du flex office. Les places sont allouées en fonction des projets. Quand nous avons des projets qui regroupent des technologies broadcast, corporate et autres, les commerciaux se rassemblent, travaillent quelques jours sur une position et après repartent se positionner ailleurs. À part cela, l'idée c'est que tout le monde puisse travailler en équipe, que nous puissions décloisonner l'ensemble des structures. C'est très important pour moi qu'il n'y ait pas de système hiérarchique avec des silos, mais une organisation qui travaille en réseau.

M. : Comment voyez-vous vos différences par rapport à la concurrence ? Quels concurrents se positionnent face à vous, qu'ils soient français ou internationaux ?

P.Z. : Sans fausse modestie nous sommes le seul acteur qui ait vraiment une dimension holistique des usages des technologies de l'audiovisuel. Après, nous avons des concurrents par segment qui souvent viennent de l'informatique (IT), secteur sur lequel nous sommes de plus en plus présents.

Notre très forte expertise nous permet d'envisager avec sérénité notre plan de développement en 2018 sur l'IT que nous sommes en train d'intégrer progressivement chez nous. Il ne faut pas non plus oublier que lorsque nous faisons de l'IP 4K et autre, c'est aussi de l'IT ! Là où nous avons scellé quelques partenariats, c'est sur la partie cybersécurité où nous n'avons pas d'expertise proprement dite. Là nous sommes allés chercher des partenaires pour proposer à nos clients finaux des solutions globales qui intègrent toute la partie IP et l'environnement sécurité associé.

M. : Pensez-vous que le Groupe a des points faibles ?

P.Z. : je pense que VIDELIO doit accélérer cette année sur son modèle de transformation, c'est-à-dire gagner en flexibilité, avoir un fonctionnement réseau, casser le modèle

« silo » le plus possible. Et lorsque nous sommes bien alignés sur les affaires, j'ai pu le constater en 2017, nous gagnons de nombreux projets. À chaque fois, nous avons fait la différence. Quand nous alignons nos partenaires avec nous, nos partenaires industriels, sur la partie software et quand nos équipes sont alignées dans tout cet écosystème, nous gagnons de façon mécanique puisque notre élément différentiel majeur est bien notre expertise.

M. : Concernant le maillage national, vous avez des agences ? Vous les conservez, vous les renforcez, diminuez ?

P.Z. : Nous ne diminuons rien, nous les renforçons ! Avec la Guyane, nous avons sept régions. Pour cette fin d'année, nous avons sensiblement renforcé la région de Marseille. Nous continuons sur notre lancée. Nous sommes également en train de « réactiver » l'agence en Belgique en ce moment avec le Parlement européen.

M. : C'est un contrat que vous avez gagné ?

P.Z. : C'est un contrat que nous sommes en train de gagner, oui ! Nous sommes en train de monter la structure commerciale et technique pour pouvoir proposer des techniciens aux délégations et de faire l'accompagnement de nos clients là-bas.

M. : La croissance externe, vous l'aviez fait beaucoup dans le passé. Est-ce que c'est justement des envies pour aller sur des secteurs... ?

P.Z. : Il y a pour nous deux grands relais de croissance ou en tout cas deux grands sujets d'avenir, à savoir la gestion de contenu au-delà de notre activité média et le smart-building : gestion de flex office, d'auditorium et de salles de réunion. S'il y a des opportunités entre smart-building et gestion de contenu, bien sûr que nous les regardons !

Notre priorité est notre croissance endogène et de faire en sorte que nos équipes travaillent ensemble. Même si nous avons le même nom, nos équipes sont quand même dans du multiculturel. Elles doivent apprendre à décroisonner. Il est toujours compliqué de récupérer une société. Le processus d'intégration est toujours quelque chose de très « sensible ». Et si nous devons acquérir des sociétés pour renforcer notre compétence sur tel ou tel sujet, nous aviserons.

M. : Vos trois points pour 2018, ce serait quoi en termes d'entreprise, de projet ou de secteur ?

P.Z. : L'année prochaine, nous devons tout d'abord accélérer sur le service maintenance, service d'exploitation, service managé, délégation. Ce sera un sujet important pour nous en 2018. Il faut que nous avancions aussi sur tout ce qui est gestion de contenu et solutions évoluées vers le smart building ou de bâtiment intelligent.

M. : Que mettez-vous dans gestion de contenu ?

P.Z. : Pour nous la gestion de contenu, c'est la production TV, postproduction embarquée ou non dans les cars-régies. C'est aussi toutes les solutions de postproduction ou de production : voir comment les agencer par rapport au cloud ? Cela veut dire une montée en puissance rapide sur la partie IT. Donc nous avons préparé tout cela cette année en 2017 et normalement, en 2018, nous devrions en avoir les fruits !

M. : Par rapport au cloud, y a-t-il une volonté de proposer un service, soit en partenariat avec un data center, soit en créant un data center ?

P.Z. : Nous avons un data center aujourd'hui qui est opéré dans une filiale d'Orange. Ce n'est pas le cloud d'Orange au sens large. C'est Orange qui l'opère pour nous et nos besoins. Nous savons que les données de nos clients seront souveraines dans ces data centers. Dans la dimension juridique, dès que les données sont hébergées ailleurs, elles n'appartiennent plus aux clients. Nous avons un sujet de fond là-dessus que nous avons traité comme cela en utilisant un acteur majeur sur ce marché pour pouvoir infogérer nos données. Après, nous avons des partenariats structurants sur lesquels nous travaillons avec des gens comme IBM et autres pour pouvoir avancer sur cette partie gestion de contenu. Nous réfléchissons, pour des années suivantes, avec des moteurs d'intelligence artificielle pour gérer des salles de réunions intelligentes ou faire de la gestion de contenu pour nos clients. ■

Nouveau Bâtiment

Après deux années d'études techniques et architecturales, un an de travaux de réhabilitation lourde et plusieurs mois de travaux d'aménagement, les équipes VIDELIO Ile-de-France ont déménagé dans un bâtiment refait à neuf dans le respect de l'architecture ancienne. Derrière ce mouvement géographique qui concerne trois des sites parisiens, un seul crédo : One Team One Company.

Résolument moderne, le bâtiment offre aux collaborateurs un environnement de travail nouveau et des outils de pointe qui favorisent les échanges. Les espaces sont décroisonnés, propices au partage, pour fluidifier la circulation des idées et des énergies, rendre le travail flexible et modulable, et permettre aux collaborateurs de différents pôles de se rapprocher et échanger, le temps d'un projet ou plus.

Historiquement, le bâtiment « MPR », rebaptisé « le 141 », dispose d'une architecture industrielle qui lui confère un cachet très particulier. Cette ancienne usine, qui abritait des ouvriers de construction mécanique et des machines rotatives, voit son histoire se perpétuer à travers des équipes d'un nouveau genre, mais à l'esprit de cohésion similaire.



© Videlio