

CHRISTOPHE AMEEUW, CEO D'EEM WORLD

À CHEVAL SUR TROIS CONTINENTS

Les Longines Masters de Paris ouvrent leurs portes ce jeudi 3 décembre. À l'instar de ceux de Hong Kong et de Los Angeles, le prestigieux jumping parisien défraie la chronique équestre. Son fondateur aussi. Portrait d'un self-made-man passionné.

Il n'est pas inutile de brancher votre GPS, demandez Christophe Ameeuw. A Ecaussinnes, c'est lui le *king*, paraît-il. Celui qui fait vivre les commerces, les gîtes, les restaurants. Celui qui attire les princesses, les célébrités, les hommes d'affaires, les grands cavaliers et les médias du monde entier. Celui que certains admirent, que d'autres jaloussent. «Être le roi dans son village, c'est facile, déclare-t-il. Mais l'être à l'autre bout du monde, c'est plus compliqué.»

L'homme de 47 ans et son entreprise d'événementiel équestre, EEM World (un effectif de 50 personnes et 20 millions d'euros de chiffre d'affaires), sont aujourd'hui présents sur trois continents. A Paris, Hong Kong et à Los Angeles, le concept du petit Belge est connu : des Masters d'équitation (à l'instar d'un grand chelem de tennis), rassemblant une compétition programmée sur une série de destinations mondiales, la crème du monde équestre, du show et un plateau de stars. «La présence de célébrités sur nos événements nous permet de mettre notre passion sous les projecteurs, expose Christophe Ameeuw. A la différence du foot, du golf ou de la F1 qui bénéficient d'une généreuse médiatisation, l'équitation reste déforcée à ce niveau-là.»

«La présence de stars sur nos jumpings, poursuit-il, constitue donc un levier efficace pour attirer le grand public.» Parmi les célébrités férues de sport équestre, citons notamment Charlotte Casiraghi, Guillaume Canet, Jean Rochefort, Nicolas Canteloup, Benjamin Castaldi ou encore les filles de Bill Gates, de Michael Bloomberg (l'ancien maire de New York), de Steven Spielberg et de Bruce Springsteen. «Lors des premières éditions de nos Masters, les médias parlaient davantage

de la chute de Benjamin Castaldi que du vainqueur du Grand Prix, raconte Christophe Ameeuw. Aujourd'hui, la tendance est inversée : on parle d'abord des grands cavaliers et de leurs chevaux, puis du reste. Pari réussi donc !»

Du caoutchouc au cheval de sport

Né à Schaerbeek, Christophe Ameeuw grandit à Ecaussinnes (province de Hainaut), là où sont aujourd'hui installés ses écuries privées et le quartier général d'EEM World. Dès son plus jeune âge, il attrape le virus de l'équitation. «Nous avions quelques chevaux de promenade à la maison. Mes parents m'ont rapidement

«Ma plus belle réussite, c'est mon carnet d'adresses.»

mis le pied à l'étrier. La famille Pessoa (*Nelson et son fils Rodrigo font partie des plus grands noms du sport équestre, Ndlr*) s'était installée à côté de chez nous. J'allais monter dans le petit manège en face de chez moi, je ne pensais plus qu'à cela.»

A l'issue de ses études secondaires, Christophe Ameeuw ne ménage pas ses efforts pour percer dans la compétition équestre et vivre de sa passion. En vain. «J'étais un bon cavalier amateur mais j'ai vite compris que je ne ferais jamais partie des 10 meilleurs mondiaux», confie-t-il. Contraint de gagner sa vie, le jeune homme s'essaie pendant une dizaine d'années à une multitude de métiers commerciaux (caoutchouc, châssis et cuisines, etc.) sans enthousiasme. Parallèlement, il continue toutefois à entretenir son réseau équestre.

A 29 ans, il saisit l'opportunité de rache-

ter les écuries de son voisin en partance pour l'étranger. Il le fait en collaboration avec son ami de longue date, Jos Kumps, cavalier de renom qui deviendra plus tard l'entraîneur de Rodrigo Pessoa. «Jos donnait des cours d'équitation, je me chargeais de la commercialisation», se souvient-il. L'homme apprend vite. Il négocie bien, met ses années de réseautage à profit. Et cela marche : il se lance dans l'élevage, achète des chevaux, les «façonne», puis les revend. Durant un peu plus d'un an, le duo Ameeuw-Kumps fonctionne. Jusqu'au jour où le cavalier décide de vendre ses parts pour poursuivre sa carrière à l'étranger. Christophe Ameeuw les rachète. Le commerce des chevaux le fait vivre confortablement avec son épouse, cavalière également, et ses trois enfants. Avec cet argent, il entreprend des travaux d'agrandissement de ses écuries. Propriétaire de 2 hectares en 1997, son entreprise occupe aujourd'hui quelque 25 hectares.

Flop bruxellois, succès tricontinental

L'année 2004 marque un tournant dans la carrière de ce self-made-man. Avec Nelson Pessoa, il décide de relancer le Jumping de Bruxelles, jadis considéré comme le rendez-vous équestre national. «Avec beaucoup de passion, d'énergie et un zeste de folie, nous nous sommes lancés dans cette aventure à haut risque», se remémore-t-il. Pendant quatre années, les deux hommes investissent massivement dans l'événement, sans parvenir à le faire décoller. «Le concept n'était pas viable, regrette Christophe Ameeuw. Précisément parce que la Belgique est un pays qui n'intéresse pas les marques internationales. C'est certes la plaque tournante du monde du cheval, mais il n'y avait pas de holding international capa-



DENIS VASILOV / BELGAIMAGE

ble de nous donner les moyens de développer notre produit.»

La crise bancaire de 2008 sonnera le glas du jumping bruxellois. Mais l'intéressé ne lâche pas l'affaire. Avec un produit encore plus abouti, il décide de réitérer l'essai dans une autre capitale: Paris. «Plus personne ne m'a suivi sur le plan financier, se souvient-il. Je me suis entouré de professionnels de l'événementiel issus d'autres disciplines sportives. Nous nous sommes associés au Salon du cheval pour renforcer notre ancrage, et puis je me suis mis en quête de partenaires issus du secteur du luxe.» Sa rencontre avec François

Henri Pinault, PDG du groupe Kering, s'avérera fructueuse. Comptez six à sept millions d'euros d'investissements, un *branding* connu et un sponsor en titre: les Gucci Paris Masters sont sur les rails. «Il nous a fallu améliorer notre concept de grand chelem en y ajoutant du glamour, du *lifestyle*, du chic, explique-t-il. Il a fallu le rendre spectaculaire afin de le médiatiser.» La première édition des Masters de Paris connaît un franc succès: près de 40.000 visiteurs sont comptabilisés au terme des quatre jours de compétition. Les suivantes aussi. *Mister Ameeuw* se fait un nom dans le microcosme éques-

tre. Parallèlement, il engage de grands cavaliers. Aujourd'hui, son entreprise compte 107 chevaux et une douzaine de cavaliers internationaux. Son école, l'Académie d'Ecaussinnes, est également reconnue. Parmi les entraîneurs, on y retrouve Nelson Pessoa et Jos Kumps.

En 2013, le concept des Masters est exporté à Hong Kong, puis à Los Angeles l'année suivante. «Ma plus belle réussite, c'est mon carnet d'adresses», déclare celui qui affirme ne pas avoir de concurrent. «Un tel grand chelem *indoor* sur trois continents est un concept unique», assure-t-il. Notons que d'autres businessmen tels que le Néerlandais Jan Tops (Global Champions Tour) et le Belge Stephan Conter (Stephex Masters/Knokke Hippique) sont également reconnus dans le milieu pour la qualité et le prestige de leurs jumpings.

Christophe Ameeuw convoite aujourd'hui une quatrième région: le Moyen-Orient. «J'irai jusqu'à cinq destinations maximum», annonce-t-il. Un projet de spectacle itinérant signé Franco Dragone est également dans les cartons d'EEM World. Mais avant cela, Christophe Ameeuw et ses équipes doivent assurer la septième édition des Masters de Paris qui démarre ce jeudi 3 décembre. Déjà partenaire en titre à Hong Kong et à Los Angeles, la prestigieuse marque suisse Longines s'empare à présent de la tête d'affiche du jumping parisien. Près de 50.000 visiteurs sont attendus durant les quatre jours de compétition.

© ALICE DIVE