

Holding aux activités hétéroclites, Fimalac avance à grands pas sur le terrain du numérique

Description

Présent dans les secteurs de l'hôtellerie et du divertissement, à la fois mécène et actionnaire de l'agence de notation Fitch, le groupe Fimalac a choisi le web comme nouvel axe de développement, à travers de sa filiale Webedia.

Selon son fondateur et président Marc Ladreit de Lacharrière, la stratégie de Fimalac est inchangée depuis sa création : « *Nous sommes nés de la mondialisation, en quête des métiers du XXI^e siècle, des tendances émergentes telles que la notation financière et le média digital. Notre autre mot d'ordre est d'associer à ces activités de matière grise des activités plus traditionnelles, l'immobilier ou l'hôtellerie par exemple* ».

Fondé en 1991, présent dans les secteurs de l'immobilier, de l'hôtellerie et des casinos (40 % du Groupe Lucien Barrière), Fimalac est devenu un acteur majeur de l'industrie du spectacle vivant. Avec l'ambition de défendre l'exception culturelle française, le groupe possède des participations dans les principales sociétés de production, assurant la promotion d'une centaine d'artistes francophones (Gilbert Coullier Productions pour Johnny Halliday, Nolwenn Leroy, Gad Elmaleh, Laurent Gerra ; Auguri Productions pour Stromae, Julien Doré et Vanessa Paradis ; K-Wet Production pour des spectacles destinés aux enfants ou encore le Jamel Comedy Club). Il est également actif dans l'exploitation de salles de spectacle (Vega, leader en France avec trente sites, incluant notamment des « Zénith » et des salles polyvalentes, dans de nombreuses villes de province). En outre, le groupe détient 50 % de l'agence de notation Fitch Ratings, 3^e mondiale après Moody's et Standard & Poor's. Depuis la fin des années 2000, les médias numériques complètent son portefeuille d'activités.

A partir de 2013, année où il se porte candidat au rachat de la plate-forme Dailymotion, le groupe Fimalac multiplie les acquisitions. Déjà propriétaire depuis 2008 de Terrafemina, site d'actualités pour un public féminin qui totalise 3 millions de visiteurs uniques par mois, il rachète en mai 2013 la majorité du capital de Webedia, société créée en 2007 par Guillaume Multrier et 10^e groupe français de médias numériques. Rassemblant plus de 10 millions de visiteurs uniques sur l'ensemble de ses sites PurePeople, PureTrend, PureMédias et autres, Webedia devient alors la tête de pont numérique de Fimalac et va enchaîner les acquisitions. En juillet 2013, Webedia reprend le groupe Allociné et ses 9 millions de visiteurs uniques par mois contre la somme de 67 millions d'euros. En octobre 2013, il acquiert 50 % du capital de Kyro, filiale de France Billet, lui permettant, par une augmentation de capital, de se porter acquéreur de la société Datasport, société spécialisée dans la gestion de billetterie sportive. Le *pure player* Newsring (site de débats) et le site de revue de presse Youmag rejoignent Webedia en novembre 2013, suivis en décembre de

la même année du site de cuisine 750g.com et du site Exponaute consacré aux manifestations culturelles. Au début de l'année suivante, en février 2014, le réseau multi-chaînes Melberries (MCN, [voir REM n°30-31, p.77](#)) entre dans le périmètre de Webedia, qui se donne ainsi les moyens de décliner son savoir-faire éditorial et commercial sur les plates-formes vidéo YouTube et Dailymotion. Des chaînes seront lancées sur le web en adéquation avec les thématiques des sites internet du groupe (mode, people, cuisine, humour...). De même, Webedia et Melberries pourront ensemble assurer la promotion sur le web des artistes des sociétés de production de spectacles « maison ». En avril 2014, c'est au tour d'Overblog, première plateforme française de blogs et de ses 11 millions de visiteurs uniques, propriété du spécialiste de la publicité vidéo sur l'internet Ebuzzing and Teads, de rejoindre les équipes de Webedia, pour la somme de 5 millions d'euros. En juin 2014, Webedia investit 90 millions d'euros dans le rachat auprès d'HiMédia de Jeuxvideo.com, site leader sur le marché français et troisième au niveau mondial. Déjà propriétaire de Filmstarts, déclinaison allemande d'Allociné, la filiale numérique de Fimalac renforce sa présence outre-Rhin en juillet 2014 : il acquiert, pour la somme de 13 millions d'euros, la version allemande du portail concurrent Moviepilot et son agence spécialisée dans le divertissement sur les médias sociaux tels que YouTube.

S'autoproclamant premier groupe *pure player* français, Webedia devrait réaliser un chiffre d'affaires de l'ordre de 80 millions d'euros pour l'année 2014 (contre 50 millions en 2013), dont 75 % en France, avec 20 millions de visiteurs uniques. Le cap des 100 millions d'euros sera sans doute franchi en 2015, avec un an d'avance sur les prévisions. L'effectif du groupe est de 780 salariés, dont 150 ingénieurs et développeurs. Leur moyenne d'âge est de 27 ans. Les directeurs, tous sélectionnés sur leur première expérience de création d'entreprise, sont associés au capital. Selon les termes mêmes du PDG de la maison mère, « *Webedia est une ruche d'entrepreneurs* ». A l'avenir, Webedia entend poursuivre son développement à l'étranger, notamment au Brésil, où il est déjà présent avec ses sites Purepeople, Puretrend et AdoroCinema, en Espagne, en Allemagne, en Turquie et au Moyen-Orient, où il a racheté en mars 2014 Diwanee, site de contenus et de commerce électronique s'adressant aux femmes, édité depuis Beyrouth et Dubaï. L'audience totale des sites à l'étranger dépasse celle de la France avec 30 millions de visiteurs uniques par mois en 2014.

Financé principalement par la publicité, spécialisé dans la création de contenus pour les marques (*brand content*) qui représente 30 % de son chiffre d'affaires, Webedia souhaite développer à l'avenir des services en accès payant, afin qu'ils participent à terme au tiers de ses revenus. En janvier 2014, Webedia annonce ainsi le lancement d'une « université du goût », en association avec le groupe Alain Ducasse. Présenté comme le « Wikipédia de la gastronomie », le site aux contenus essentiellement gratuits proposera également des vidéos de recettes de grands chefs contre un abonnement de cinq euros par mois. Avec un objectif de 15 000 à 20 000 abonnés la première année, générant un chiffre d'affaires d'un million d'euros, le site pourrait ensuite être décliné en multiples versions étrangères. De même, avec plus de 9 millions de visiteurs uniques par mois en France, la plate-forme Allociné pourrait se lancer sur le marché de la vidéo à la demande, à l'acte ou à l'abonnement.

« *Le basculement sur le Net ne fait que commencer ; un groupe indépendant et libre de toute activité dans des médias traditionnels, comme le nôtre, aura un rôle majeur à jouer pour permettre à nos citoyens de s'informer, de se divertir* »

» explique Marc Ladreit de Lacharrière.

A titre personnel ou par l'intermédiaire de son groupe, le PDG de Fimalac honore également ce qu'il nomme ses « *engagements dans la cité* » en finançant la Fondation Culture & Diversité ayant pour mission de favoriser l'accès des jeunes issus de l'éducation prioritaire aux pratiques artistiques ainsi qu'aux grandes écoles culturelles et artistiques ; la société de production Elémiah, dont le but est de favoriser la représentation des populations issues de l'immigration à la télévision et au cinéma ; la *Revue des deux mondes*, la plus ancienne revue d'Europe fondée en 1829 ; ainsi que la Fondation du Patrimoine, qui apporte son soutien à la réhabilitation du patrimoine de proximité non protégé par l'État dans les régions françaises. Il est aussi le plus important mécène du Musée du Louvre (avec notamment la restauration de la Victoire de Samothrace, de la Salle du Manège).

Sources :

- « M. de Lacharrière veut créer le premier groupe média numérique français », entretien avec Marc Ladreit de Lacharrière, propos recueillis par Alain Beuve-Méry et Jean-Baptiste Jacquin, *Le Monde*, 18 janvier 2014.
- « Un pied dans la finance, un autre dans la cité », J.-B.J., *Le Monde*, 18 janvier 2014.
- « Le gouvernement doit passer des mots aux actes », entretien avec Marc Ladreit de Lacharrière, propos recueillis par Laurence Boisseau, Martine Robert, Antoine Boudet, *Les Echos*, 24 février 2014.
- « Lacharrière : Fimalac va devenir le numéro un français d'Internet en moins de trois ans », interview de Marc Ladreit de Lacharrière, PDG de Fimalac, invité du Buzz Média Orange – Le Figaro, *Le Figaro*, 17 mars 2014.
- « Lacharrière : “Webedia rivalise d'ores et déjà avec Orange et Micro-soft” », propos recueillis par Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 6 juin 2014.
- « Comment Webedia est devenu un géant de l'Internet français », Nicolas Jaimes, JDN, *journaldunet.com*, 17 juin 2014.
- « Webedia accélère à l'international en rachetant Moviepilot », F.Sc. et A.M., *Les Echos*, 18-19 juillet 2014.

Categorie

1. Economie

date créée

6 janvier 2015

Auteur

françoise