



MÉDIAS

Lagardère s'offre une agence de conseil en pub sur le Net

Lagardère aime se trouver où on ne l'attend pas. Son pôle médias, Lagardère Active, vient de créer la surprise en s'offrant Nextedia, « première agence indépendante française de conseil en publicité interactive ». Alors que plusieurs groupes médias étaient sur les rangs, Lagardère n'a pas hésité à ouvrir les cordons de sa bourse puisque le groupe va déboursier jusqu'à 100 millions d'euros pour contrôler 100 % de Nextedia. Plus exactement a précisé hier à la presse Didier Quillot, président de Lagardère Active, le groupe verse 50 millions d'euros comptant. Des paiements complémentaires en fonction

des résultats futurs pourront atteindre 20 millions d'euros en 2011 et 30 millions d'euros en 2013.

NEXTEDIA : 300 EXPERTS AU SERVICE DE 200 CLIENTS

L'agence de conseil en publicité interactive a dégagé l'an dernier une marge brute de 9,7 millions d'euros pour un résultat d'exploitation de 1,7 million d'euros. Selon Didier Quillot, la société, qui dispose d'une trésorerie positive à fin 2006, « devrait doubler sa taille en 2007 ». Le rachat de Nextedia qui emploie 300 experts des médias numériques au service de plus de 200 clients « va accélérer la transformation du

groupe Lagardère ». D'ici trois ans, le groupe ambitionne d'être leader mondial dans la génération de contenus notamment numériques.

Sur le modèle des sociétés *made in USA*, Didier Quillot entend « prendre de l'avance par rapport aux autres groupes de médias français ». Avec cet achat, conforme à la volonté du groupe de « placer le numérique au cœur de sa stratégie », Lagardère veut en effet « anticiper le regroupement des métiers d'édition, de référencement et de monétisation sur Internet ». Le groupe va pouvoir réaliser de « nombreuses synergies », promet son patron. **S. B. ■**