

Publicité sur Internet : Lagardère achète Nextedia

Lagardère passe à l'offensive dans le secteur très prisé de la publicité sur Internet. Le groupe a annoncé hier l'acquisition de l'agence de conseil Nextedia. Le montant s'élèvera entre 50 et 100 millions d'euros en liquide en fonction des futurs résultats. Après un premier versement de 50 millions, 20 millions supplémentaires pourront être versés en 2011 et 30 millions en 2013. Nextedia était détenu par ses dirigeants à 86 % et à 14 % par un « business angel », rentré en janvier 2006 sur une valorisation à 100 % de 11 millions.

Avec 300 salariés et 200 clients, la start-up revendique aujourd'hui le rang de première agence indépendante et de numéro deux derrière Isobar (filiale d'Aegis). Nextedia est actif dans les différents segments de la publicité sur le Net : l'achat d'espaces (bannières et dispositifs à la performance tel que l'affiliation), les liens sponsorisés, le développement de sites, l'animation de communautés, l'utilisation de base d'e-mails, le marketing (viral, opérations...), le référencement de sites dans les moteurs de recherche... « Personne ne nous attendait [dans ce domaine] », a admis Didier Quillot, président du directoire de Lagardère Active, qui réalise ainsi sa plus grosse acquisition. Mais « Internet déplace les lignes du sein de la chaîne de valeur, et Lagardère veut être le premier groupe de média à anticiper ce mouvement ».

Nextedia a été créé en mars 2005 par Henri Le Menestrel, ancien président de Carat France, puis s'est développé en rachetant une série d'agences. En 2006, la société a réalisé un bénéfice d'exploitation de 1,7 million sur une marge brute de 9,7 millions. En 2007, un doublement est prévu, avec 3,7 millions de bénéfice d'exploitation sur 18 millions de marge brute. La trésorerie est positive à fin 2006. JAMAL HENNI

<http://www.lesechos.fr/info/comm/4616245.htm?xtor=RSS-2004>