

Webedia poursuit sa croissance externe à grande vitesse

En annonçant l'acquisition du réseau multichaine (MCN) français Mixicom et une prise de participation de 50% dans Paramaker, premier MCN brésilien, Webedia porte à plus de 10 le nombre de ses acquisitions réalisées dans le numérique depuis 2013 et son rachat par Fimalac. Le groupe se renforce ainsi un peu plus dans le domaine de la vidéo et du divertissement et s'affirme définitivement comme un acteur prépondérant du numérique français.

Une stratégie d'acquisitions multiples


En l'espace de deux ans, grâce à sa stratégie de croissance externe, Webedia est passé du statut de petite entreprise numérique au rang de champion français du divertissement en ligne. Suite à ses acquisitions le groupe a pu consolider et diversifier son offre de contenus. Du point de vue des thématiques offertes, le groupe a développé une offre importante liée au cinéma (Allociné, Côté Ciné, Movie Pilot...) mais également dans le domaine du jeu vidéo (JeuxVidéo.Com, Millenium.Org, JeuxActu).

Outre l'introduction de nouvelles thématiques, Webedia a poursuivi deux autres objectifs avec sa politique d'acquisition : le développement d'une offre vidéo et le déploiement à l'international. Ainsi, le groupe a racheté plusieurs sociétés spécialisées dans la vidéo (le MCN Melberiries, Mixicom aujourd'hui) mais aussi des groupes non spécialisés mais proposant une offre importante de contenus vidéos (Allociné et JeuxVidéo.com). Du point de vue du déploiement à l'international, Webedia a acquis une société au Liban (Diwane) et une en Allemagne (Movie Pilot).

Grâce à ces dernières acquisitions, Paramaker et Mixicom, Webedia a consolidée un peu plus son offre vidéo et a poursuivi son expansion à l'étranger. Mixicom, permet ainsi au groupe Webedia de mettre la main sur le site spécialisé JeuxActu mais surtout sur un réseau multichaine représentant plus de 30 millions d'abonnés sur YopuTube. Webedia va ainsi pouvoir s'associer avec des « youtubeurs » de premier plan comme Cyprien, Norman et Squeezie dont les chaînes sont gérées par Mixicom. Ces créateurs permettent au groupe de disposer de contenus humoristiques attractifs et de consolider encore un peu plus sa position sur la thématique du jeu vidéo. Enfin, avec Paramaker, la filiale de Fimalac accède à un réseau de plus de 5000 chaînes YouTube au Brésil.

Néanmoins, pour devenir le groupe qui dispose de l'offre la plus diversifiée du web français en termes de divertissement, Fimalac avait déjà investi plus de 240 millions d'euros à fin 2014.

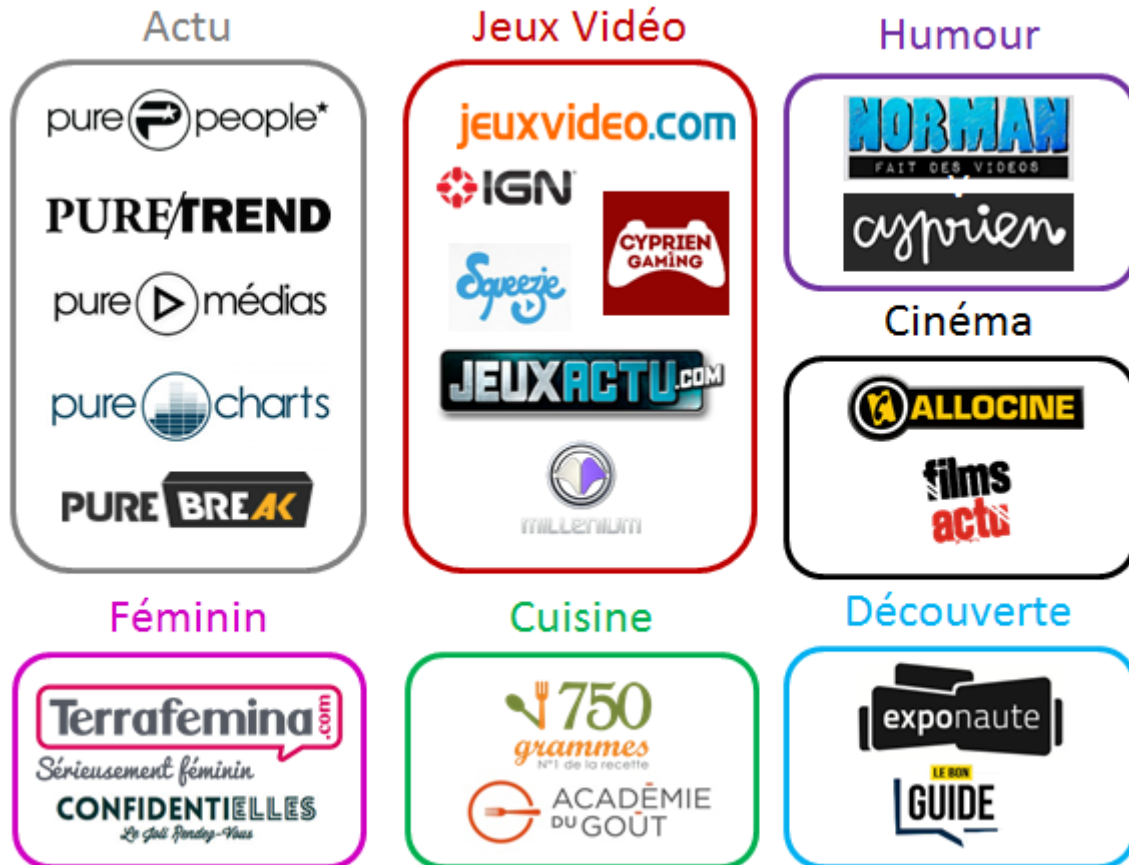
Sociétés acquises par Webedia depuis son rachat par Fimalac

 Source : NPA Conseil sur données Webedia/Fimalac

Une offre diversifiée et une audience en forte croissance

Le groupe est désormais présent sur la majorité des thématiques populaires (Actu, people, cuisine, découverte, humour, cinéma, jeux vidéo...) et dispose d'une capacité à produire des contenus vidéo en grand nombre.

Cartographie de l'offre de divertissement de Webedia en France



Cette diversité de l'offre s'est traduite par une augmentation très importante de l'audience du groupe. Entre juillet 2013 et juillet 2015 le nombre de visiteurs uniques mensuels d'un des sites du groupe Webedia a été multiplié par 2,5. Néanmoins, cette croissance a été plus faible entre 2014 et 2015 malgré des acquisitions de sites très fréquentés. Cette hausse de l'audience a transformé le groupe, dont le chiffre d'affaire a été multiplié par 5 en l'espace de 2 ans. Webedia a ainsi vu passer son chiffre d'affaires de 20 millions d'euros en 2012 à 62,6 millions en 2014. En 2015, le groupe prévoit un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros.

Evolution du nombre de visiteurs uniques mensuels sur les sites du groupe Webedia (en millions) Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie//Netratings

Cependant, cette très forte croissance externe est également une source de dysfonctionnements potentiels pour le groupe. En effet, face à un très grand nombre d'acquisitions, créer des synergies entre les différents sites et services peut s'avérer complexe. C'est le cas par exemple dans le domaine de la vidéo, où le groupe dispose de plusieurs entités produisant des contenus en interne (Allociné et JeuxVidéo.com en tête), que Webedia va devoir coordonner avec désormais deux réseaux multichânes bien

différenciés. Dans le domaine des sites spécialisés jeux vidéo, les synergies sont également complexes à mettre en œuvre pour Webedia. Suite au rachat de Mixicom, les lecteurs du JeuxVidéo.Com ont fait part de leur crainte de voir la ligne éditoriale et l'indépendance du site remis en cause. Ce mouvement a pris une telle ampleur que le site a dû publier un communiqué pour démentir tous projets de passerelles entre le site et les marques de Mixicom[1].

Plus préoccupant, le groupe a pu enregistrer de fortes chutes d'audience sur certains sites après l'acquisition. C'est notamment le cas encore une fois de JeuxVidéo.com qui a enregistré une baisse de 15% d'audience (-6,5 millions de visites mensuels) entre avril 2014 et avril 2015[2].

[1]

<http://www.jeuxvideo.com/news/442610/webedia-fait-l-acquisition-de-la-societe-mixicom.htm>

[2] Dernier relevé d'audience publié par l'OJD comprenant JeuxVidéo.com