

Cellfish Media réunit les filiales mobiles de Lagardère

Lagardere Active North America aux Etats-Unis, Plurimedia en France et Legion en Allemagne, les trois filiales mobiles du groupe Lagardère, ne font désormais plus qu'un, sous le nom de Cellfish Media.

La nouvelle entité, basée à New York, a réalisé un chiffre d'affaires de 116 millions de dollars en 2015, avec 250 collaborateurs dans le monde. Avec studios de production français et américains, Cellfish Media crée des marques et des contenus mobiles originaux, spécialement conçus pour la consommation à partir du téléphone, comme les sonneries musicales, les fonds d'écran, les animations, les jeux et les services de communautés. Cellfish Media distribue ses services, s'appuyant sur des technologies propriétaires de pointe, à près de 350 millions de clients potentiels dans le monde, via la publicité, les portails des opérateurs mobiles et ses partenariats stratégiques avec les médias. L'objectif du regroupement est de renforcer la stratégie de développement et de distribution de contenus originaux destinés à la Génération Mobile, parmi lesquels les labels Barrio Mobile, BlingGames, Wicked Betty, Meuh Meuh (animations), Mobizap et BlingTones, qui réunit les plus grands artistes de la scène Rap/RnB internationale (Lil Jon, Tego Calderon, Q-tip, Pitbull, Emilio Estefan). Cette évolution reflète l'ambition de Lagardere Active d'anticiper les nouvelles tendances du monde des médias. *« Le téléphone mobile est devenu le mode de consommation préféré d'une génération entière, pour les contenus de divertissement et d'information. Cellfish Media s'adresse à cette audience active en leur offrant des contenus spécifiques, originaux, qui leur permettront d'exprimer leur personnalité, leur individualité, d'être « Cellfish »? tout en partageant ce sentiment avec leurs communautés»*, a déclaré Fabrice Sergent, directeur général de Cellfish Media.