

Lagardère se donne trois ans pour investir la Toile

Le groupe Lagardère n'entend pas lever le pied sur la Toile. Selon *La Tribune*, Didier Quillot, président du directoire de Lagardère Active, ambitionne de réaliser **5 à 10% de son chiffre d'affaires dans le numérique**, d'ici à 2009. Comment ? En introduisant **plus de 100 nouveaux sites** sur la Toile dans le même laps de temps.

Une stratégie 'invasive' donc pour un géant français qui compte, entre autres, s'appuyer sur la version en ligne du magazine « Elle ». Une stratégie confirmée par les propos de Julien Billot, le directeur numérique de Lagardère Active, lors de la dernière conférence conviée par l'IAB. Conférence au cours de laquelle ce dernier a indiqué, en substance, qu'il souhaitait faire de « Elle », une marque de référence sur la Toile.

L'achat récent de Nextedia, une agence spécialisée sur Internet ne fait que confirmer l'appétit du groupe français pour Internet. Notamment pour les énormes potentialités du média en termes de revenus publicitaires.

Le lancement du nouveau site *tele7.fr* a été l'occasion pour Didier Quillot non seulement d'évoquer une « *feuille de route sur trois ans* » mais aussi sa volonté d'en faire « *le site référent de la télévision* ». Et ce n'est pas tout. L'arrivée programmée de *match.fr* (et de ses archives) à la fin de l'année pourrait tout aussi bien constituer un moment clef.

Des prévisions plus qu'optimistes donc pour un géant qui, malgré son avarie en chiffres, affirme revendiquer 5 millions de visiteurs uniques mensuels et un chiffre d'affaires publicitaire multiplié par deux en 2007.

Avec des intentions aussi « humbles », le groupe a tout intérêt à assurer le maintien de son calendrier et la réussite de son projet...