

Vie des sociétés

Communication

AdThink Media sort de sa bulle

L'entreprise rhodanienne AdThink Media (85 salariés) a réussi à faire valoir son modèle économique auprès d'investisseurs, malgré la méfiance de ceux-ci à l'encontre des sociétés mettant en œuvre les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) depuis les mésaventures de la « bulle » Internet. Entre 2002 et 2007, elle a pratiquement... centuplé son chiffre d'affaires avec, en dernier lieu, un doublement entre les exercices 2006 et 2007, à 9 M€. Un nouveau doublement est prévu en 2008, estime Bernard Gros, 44 ans, expert-comptable et, comme tel, plutôt enclin à des prévisions « conservatrices ».

AdThink édite des services payants comme des jeux et des rencontres. Elle a repris des titres

de bonne notoriété comme Le Monde Informatique pour leurs services en ligne. Elle est un régisseur publicitaire pour dix mille sites, sur lesquels elle organise des campagnes simultanées. Enfin, elle s'attache au développement de l'audience de services existants.

Les co-dirigeants, c'est-à-dire Bernard Gros et Sylvain Morel, 30 ans, ingénieur CPE-Lyon, sont restés majoritaires lors de l'entrée en Bourse sur Alternext, réalisée par augmentation du capital pour 7,4 M€. Des financiers ayant participé à un premier « tour de table » sont revenus pour un second (Siparex, Rhône-Alpes Création, Banques populaires). AdThink voudrait maintenant conquérir dans sa ville une notoriété à la mesure de ses succès.