

IPM, l'éditeur de La Libre, tire plus de la moitié de ses revenus des jeux de hasard

En cinq ans, le groupe IPM, éditeur, notamment de La Libre Belgique et de la DH, a connu une spectaculaire croissance.

**MICHEL LAUWERS ET
JEAN-FRANÇOIS SACRÉ**

Le groupe de presse IPM (La Libre, La DH, Paris Match Belgique, Twizz Radio...) s'apprête à lancer un site de jeux de casino sur internet. Il le fera via sa filiale B&M, qui exploite une salle de jeux sous la marque Victory à Waarschoot, et qui dispose également de la licence B+ l'autorisant à proposer ses produits en ligne.

Prévu pour le 3^e trimestre 2016, le projet a pris du retard en raison des développements informatiques mais le site devrait être ouvert d'ici la fin de l'année, assure le CEO François le Hodey: «C'est une évolution classique en ce domaine, dit-il; la plupart des sites de paris présentent l'offre complète: des paris sportifs et des jeux de casinos.» Le groupe, qui exploite déjà le créneau des paris sportifs en dur et en ligne, entend ne pas louper cette opportunité d'élargissement.

Cet épisode confirme qu'IPM a bien changé ces dernières années. Il a même connu une croissance éton-

nante pour une entreprise active dans un secteur que l'on dit en crise. Au cours des cinq dernières années, les ventes (papier et digital) de La Libre sont en effet passées de 40.621 à 36.370 exemplaires alors que celles de la DH ont chuté, passant de 59.469 à 43.513 exemplaires. Dans le même temps, le chiffre d'affaires consolidé d'IPM a grimpé de près de cent millions d'euros, passant de 61,9 millions

en 2011 à plus de 161 millions en 2015. Rien qu'en 2015, il a crû de 25%.

Comment expliquer ce bond spectaculaire? «L'économie de l'information ne permet plus de générer la croissance dont on a besoin. On va dès lors la chercher dans des métiers connexes», explique François le Hodey. Le secteur des paris sportifs offre des complémentarités avec la presse sportive et le marketing digital. «Il est logique de se développer dans cette voie-là», dit le CEO. «On rentre dans toute une série de métiers de services: des 'média services' liés à internet. On vise 25 à 30% de croissance par an.» Selon lui, IPM exerce désormais cinq métiers: l'information, la publicité et la radio, comme auparavant, auxquels il faut ajouter ce qu'il appelle l'«entertainment» et les services internet.

Retour en arrière. Fin 2010, IPM crée la société Sagevas afin de conquérir le marché en plein boom des paris sportifs sous la marque BetFirst, abondamment promotionné par la DH. Dès 2012, son chiffre d'affaires dépassait les dix millions d'euros pour frôler en 2015 les 90 millions. Faites le compte: IPM tire aujourd'hui plus de la moitié de ses revenus des jeux de hasard.

Car aux paris sportifs sont venus s'ajouter en 2013 les paris hippiques avec l'acquisition, par Sagevas, de la société Vincennes puis, en 2014, de B&M, active dans les salles de jeux. Entre-temps, IPM a rebaptisé Vincennes Turf Belgium et ouvert la moitié de son capital au groupe français Zeturf, lui permettant d'offrir en Belgique les paris de type mutuel sur les courses hippiques en France. Ce qui fait une large gamme de jeux

de hasard, à laquelle il ne manquera finalement qu'une note. Le groupe ira-t-il jusqu'à envisager une activité de casino en ligne stricto sensu, par exemple en s'alliant avec un casino physique? «Non, répond sans ambiguïté François le Hodey. Nous n'avons aucun projet de casino.»

Si cette stratégie a permis de gonfler le chiffre d'affaires, elle ne produit

pas encore ses effets au niveau du résultat. IPM est toujours dans le rouge, affichant en 2015 une perte nette de 1,480 million d'euros. C'est cependant nettement moins que lors des exercices précédents. En 2014, la perte frôlait les 5 millions.

La filiale Sagevas a néanmoins terminé l'exercice 2015 sur une perte nette de près de 111.000 euros. Dans son rapport de gestion, IPM rappelle que «l'activité des paris en ligne est liée au développement de son réseau de distribution et des budgets alloués à cette activité.» Le compte de résultats montre en effet un bond de 48% des achats, soit plus de 27,5 millions «liés principalement aux paris sportifs.» IPM espère que ces investissements porteront leurs fruits en 2016 et table sur des résultats à l'équilibre.

56%

C'est la part du chiffre d'affaires consolidé d'IPM réalisé dans les jeux de hasard.