

À VivaTech, Deezer séduit les investisseurs avant son entrée en Bourse

Deezer se lance dans une opération séduction à VivaTech. La plateforme de streaming musical a profité de sa présence sur le salon ce jeudi pour vanter son modèle fondé sur les partenariats, à quelques jours de sa nouvelle tentative d'entrée en Bourse.

Le 5 juillet. C'est la date à laquelle Deezer fêtera son premier jour de cotation à la Bourse de Paris via le Spac I2PO (véhicule d'investissement) détenu notamment par la famille Pinault. « *Une introduction en Bourse est en quelque sorte une renaissance pour une entreprise. C'est aussi la réussite d'un objectif et une bouffée d'énergie* », a expliqué le directeur général de Deezer, l'Espagnol Jeronimo Folgueira.

Le nouveau projet de cotation de Deezer intervient sept ans après une première tentative d'investir la place boursière parisienne. Une première tentative avortée en 2015 donc, en raison de conditions de marché défavorables à l'époque, notamment après l'annonce du lancement d'Apple Music.

Cette fois, les principaux actionnaires de la plateforme - notamment le milliardaire anglo-américain Len Blavatnik qui détient 43% des parts - ont choisi un système d'introduction moins risqué. « *Bien sûr, les marchés sont difficiles en ce moment* » et de nombreuses sociétés préfèrent différer leurs

projets de cotation, mais « *c'est le bon moment pour Deezer car la société est mature et nous avons sécurisé un financement important* », a expliqué Jeronimo Folgueira. Avant d'ajouter : « I2PO ne nous apporte pas seulement du capital mais aussi une expertise ».

L'objectif : une valorisation à plus d'un milliard d'euros

Le Spac I2PO est un véhicule d'investissement fondé par la famille Pinault, l'homme d'affaires Matthieu Pigasse, et l'ancienne dirigeante de WarnerMedia Iris Knobloch, dont le but est de lever des fonds en Bourse avant de fusionner avec une autre société et ainsi faciliter la cotation. Il devrait permettre à la plateforme de récolter entre 135 millions et un peu plus de 400 millions d'euros. La valorisation de Deezer atteindrait alors 1,05 milliard d'euros, en baisse de 23% depuis l'entrée au capital du groupe mexicain de télévision Azteca en 2020.

Car, pour l'instant, l'entreprise accumule les pertes pour un total de 123 millions d'euros l'année dernière malgré un chiffre d'affaires de 400 millions d'euros. Lancé en 2007, le service d'écoute musicale par abonnement revendique près de 30% du marché en France, mais ses 9,6 millions d'abonnés ne pèsent que 2% du marché mondial du streaming musical, loin derrière le leader suédois Spotify (31% de parts de marché), Apple, Amazon et Tencent, selon le cabinet MIDiA.

La stratégie de Deezer, qui veut plus que doubler ses revenus d'ici 2025, est de miser sur la musique, contrairement à Spotify qui multiplie les lancements de podcasts et les recommandations de playlists de musiques d'ambiance.

Devant une centaine d'invités jeudi à VivaTech, la licorne française a organisé plusieurs tables rondes et présentations afin de « mettre en lumière » des exemples de sa stratégie de partenariats, avec la présence d'intervenants de RTL, Sonos, ou Orange.

Pour profiter de la croissance rapide du marché mondial du streaming (+26,4% d'utilisateurs en un an au second semestre 2021), Deezer compte aussi s'allier avec des acteurs déjà implantés dans plusieurs marchés clé pour s'appuyer sur des bases de clients déjà existantes.

L'entreprise s'est ainsi associée aux opérateurs Orange et SFR en France, avec une filiale Telecom Italia au Brésil, et nouvellement avec RTL en Allemagne.