

MWM lève 50 millions d'euros. Xavier Niel entre au capital

Depuis son lancement en 2012, MWM (MusicWorldMedia) revendique sa position de leader dans le secteur de l'édition d'applications musicales. Avec sa levée de fonds de 50 millions d'euros auprès de Blisce/, Idinvest Partners, Bpifrance via son fonds Large Venture, Aglaé Ventures, mais aussi Xavier Niel, elle veut se lancer dans les applications créatives.

Temps de lecture : minute

3 mars 2020

Etudiant en aéronautique, Jean-Baptiste Hironde se destinait à une carrière d'ingénieur avant d'être rattrapé par la musique au début des années 2010. Comme tout passionné, il commence à chercher des applications et logiciels pour s'entraîner et s'aperçoit du vide qui existe concernant les musiques électroniques. Avec Nicolas Dupré, étudiant également, le jeune entrepreneur lance alors DJiT et déploie une première application, Edjing, en 2012. Il s'agit d'une table de mixage destinée au grand public. Le succès est quasi-immédiat. En moins de deux ans, la société ajoute deux nouveaux produits à son catalogue et enregistre presque 20 millions de téléchargements cumulés. *"Au bout d'un an et demi, nous étions n°1 mondial en téléchargement sur les stores et nous ne savions pas quoi faire"* reconnaît Jean-Baptiste Hironde. Les deux entrepreneurs entament alors un grand chantier de diversification pour développer une offre à 360° dans l'univers musical.

Un pivot à la base de son succès actuel

Avec Edjing Mix, Edjing Mix, Equalizer + ou BassMBoost, la startup restait

focalisée sur un univers assez technique. DJiT décide alors de s'ouvrir à d'autres marchés en s'attaquant *"au learning et au jeu musical pour renforcer sa base d'utilisateurs grand public"*. Les technologies déjà mises en point en interne par les équipes sont réutilisées *"pour développer d'autres visions : player de musiques, applications pour apprendre la musique..."*. Ces logiciels d'apprentissage trouvent vite leur place à côté *"des applications de musique qui restent le coeur de l'entreprise"* précise Jean-Baptiste Hironde. L'entreprise continue à produire des hardwares comme MixFader, qui permet de mixer avec le pouce, et Pro-Link, sortis en 2015. Un an et demi plus tard, la startup dépasse les 40 millions de téléchargements grâce à ses 5 applications.

Pour asseoir sa position et entériner sa stratégie "multi apps" tournée vers la musique au sens large, la startup change de nom en 2017 pour devenir MusicWorldMedia (MWM). Une logique en adéquation avec sa cible puisque 98% de ses utilisateurs proviennent de l'étranger, Angleterre et Etats-Unis en tête.

Pour financer ces changements et le déploiement de nouvelles applications, l'entreprise effectue plusieurs levées de fonds auprès d'investisseurs du métier comme le DJ et producteur Martin Solveig, Daniel Marhely (fondateur de Deezer) ou encore le Quentin Sannié (Devialet). Au total, ces sommes atteignent les 9 millions d'euros.



À lire aussi

Djit : 2,4 millions d'euros et un nouveau mix d'investisseurs pour secouer l'univers des DJs

Ce pivot a donné *"un grand coup d'accélérateur à l'entreprise"* qui décide aujourd'hui de se diversifier à nouveau en devenant *"un éditeur d'applications créatives"*.

50 millions pour devenir leader dans l'édition d'applications créatives

Les chiffres de l'entreprise sont toujours au beau fixe. L'application Edjing Mix comptabilise, à elle seule, plus de 100 millions de téléchargements sur les 400 millions cumulés au total par les 15 applications de la société. *"Et il y en a eu 200 millions rien qu'au cours des 18 derniers mois"* souligne Jean-Baptiste Hironde, preuve de l'intérêt croissant pour ses produits. MWM peut aussi se vanter d'avoir déposé trois brevets et de posséder plusieurs applications figurant dans les Top Charts d'Apple.

Actuellement, les applications éducatives sont celles qui fournissent la plus grande partie du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Des résultats qui pousse le fondateur de MWM à voir encore plus grand en sortant de son domaine purement musical pour s'attaquer à d'autres *"verticales que sont la photos, la vidéo ou encore le dessin"*.

D'où la levée de fonds de 50 millions d'euros que l'entreprise vient de réaliser auprès de blisce/, Idinvest Partners, Bpifrance via son fonds Large Venture, Aglaé Ventures ainsi que Xavier Niel.

Un choix qui n'a pas été évident. Il faut dire que Jean-Baptiste Hironde a toujours souhaité minimiser la participation de VC à son développement pour éviter *"de diluer son capital"* et réussir à démontrer qu'une *"croissance saine, basée sur la capacité de MWM à s'autofinancer"* était possible. C'est désormais chose faite puisque la société est rentable et présente même une *"croissance à trois chiffres depuis deux ans"*.

Sollicité par des fonds américains, Jean-Baptiste Hironde choisit finalement de *"se faire financer pour gagner du temps dans son accélération"*. Mais il a préféré se tourner vers des fonds français, dont celui d'Alexandre Mars, qui présentaient des modèles de management plus en adéquation avec ses valeurs.

Avec cette somme, plutôt rondelette comparée à ses précédentes levées, la startup a pour premier objectif de *"booster sa partie business tout en conservant une croissance rentable basée sur la génération de profit"*. Son second enjeu sera de structurer son équipe en effectuant *"50 recrutements de développeur mobile, back end data scientists..."* d'ici la fin de l'année. L'entreprise passerait alors de 70 à 120 collaborateurs. Il s'agit d'une étape primordiale puisque l'entreprise réalise une grande partie des applications qu'elle déploie en interne. En effet, 60% des membres de ses bureaux bordelais et parisiens sont ingénieurs.

Les tests d'une dizaine de nouveaux produits sont actuellement en cours, ce qui laisse présager leur sortie d'ici la fin de l'année.

Article écrit par Anne Taffin