



## L'ex-start-up fixe son calendrier de synergies

**DOODLE.** *L'agenda en ligne se veut le fer de lance de son nouvel actionnaire Tamedia (49%) à l'étranger.*

Créée en 2003, Doodle est une start-up internet arrivée à maturité. L'entrée du groupe de média zurichois Tamedia dans le capital à hauteur de 49%, annoncée le mois dernier, est un tournant pour l'entreprise zurichoise qui développe l'outil gratuit de planification en ligne de rendez-vous. Michael Näf, cocréateur et CEO de Doodle, était l'un des invités du Swiss Innovation & Trend Day, organisé vendredi par la Haute école de gestion (HEG) de Fribourg. Il revient sur les synergies attendues de la collaboration avec le nouvel actionnaire.

**Pour quelle raison avez-vous choisi de vendre 49% du capital à Tamedia?**

Nous avons vendu une part minoritaire de Doodle à Tamedia parce que leur offre était très convaincante à nos yeux. Ceci tant en termes de perspective financière que pour le potentiel de synergie qu'elle offrait avec cet opérateur majeur du marché des médias.

**Doodle pourra-t-il s'étendre à l'international, voire hors d'Europe, avec un partenaire comme Tamedia?**

Oui, notre partenariat avec Tame-

dia et ses filiales telles que le portail Search.ch nous aidera à concevoir, implémenter et lancer rapidement de nouveaux produits en Suisse. Une fois qu'ils seront éprouvés sur le marché intérieur, nous pourrions alors envisager de les répliquer sur de nouveaux marchés. Mais outre cette collaboration, nous restons ouverts à des partenariats avec des opérateurs étrangers ou internationaux pour accélérer notre croissance. Dans cette optique, nous essayons d'établir Doodle comme le fer de lance des prochains investissements de Tamedia à l'étranger.

**L'arrivée de Tamedia va-t-elle réorienter le développement de vos activités?**

Non, notre feuille de route reste la même. Du point de vue produit, nous mettons l'accent sur les intégrations d'agenda. Nous avons récemment introduit une intégration directe aux environnements Microsoft Exchange. Notre politique de prix demeure elle aussi inchangée: nos produits gratuits resteront libres, les revenus sont et seront toujours générés par la publicité de et les abonnements «Premium». D'un point de vue commercial, nous nous concentrons sur la croissance de notre base mondiale d'utilisateurs, avec plus de 8 millions d'utilisateurs mensuels et sur l'augmentation de nos revenus sur nos principaux marchés.

**L'entrée d'un grand groupe**

**technologique, voire l'acquisition de Doodle, n'aurait-elle pas davantage correspondu à votre modèle de croissance que l'arrivée de Tamedia?**

Tamedia a une stratégie très claire de croissance de ses activités numériques et prévoit les investissements correspondants. Aujourd'hui, le groupe dirige plusieurs des principales plateformes en ligne en Suisse. Pour Doodle, cela fait sens de nous allier à un opérateur important du marché suisse. Nous pourrions renforcer sa position et bénéficier de son assise en Suisse pour alimenter nos ambitions à l'international.

**Comment se développera précisément Doodle à l'avenir? Comment le produit évoluera-t-il dans les cinq prochaines années?**

Nous allons continuer à nous focaliser sur notre objectif: rendre le calendrier électronique de nos utilisateurs toujours plus simple et efficace à utiliser. Cela va se traduire par de nouveaux produits qui viendront renforcer notre offre en la matière. Dans cette optique, nous avons récemment développé MeetMe, une page de profil personnel qui simplifie considérablement le processus de fixation de rendez-vous entre deux personnes. En ce qui concerne le développement de nos activités, nous visons à rendre le calendrier en ligne aussi pertinent au niveau international que ce que nous sommes parvenus à

Datum: 14.06.2011

# L'AGEFI



L'Agefi  
1002 Lausanne  
021/ 331 41 41  
www.agefi.com

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 10'000  
Erscheinungsweise: 5x wöchentlich

Themen-Nr.: 663.38  
Abo-Nr.: 1083888  
Seite: 5  
Fläche: 26'271 mm<sup>2</sup>

**913.280**

l'établir en Suisse. (FM)

-----  
«NOTRE PARTENARIAT  
AVEC TAMEDIA  
ET SES FILIALES  
TELLES QUE SEARCH.CH  
NOUS AIDERA À LANCER  
RAPIDEMENT DE  
NOUVEAUX PRODUITS.»