

Hospimedia. Le pure player vise 15 à 20 % de croissance d'ici à 3 ans

• **MÉDIA** Après avoir conquis son lectorat en ligne, le groupe se déploie grâce à l'édition de jobboards. Objectif : augmenter le CA de 15 à 20 % dans les trois ans.

En 14 ans, Hospimedia.fr s'est imposé comme le premier média en ligne du secteur sanitaire et médico-social. Créé en 2001 par Ronan Denoual, Julien Sibierski et Christian Nicoli, le groupe Hospimedia intensifie désormais sa croissance par le biais de l'édition de jobboards (NDLR : site web qui affiche des offres d'emploi).

Jobboards

La nouvelle marque d'Hospimedia est profilmedecin.fr, site de recrutement en ligne pour médecins, édité en juillet dernier. Elle complète les offres proposées par l'Agence Staff du groupe : staffsanté.fr, site de recrutement pour les métiers de la santé créé en 2005 et staffsocial.fr, sorti en 2011, site d'offres d'emplois pour les crèches, les maisons de personnes âgées ou de personnes handicapées.

Modèle vertueux

Les jobboards assurent d'ores-et-déjà 1/3 du chiffre d'affaires du groupe et le journal en ligne Hospimedia.fr réalise, quant à lui, les 2/3 restants. Une répartition qui perdurera, car si les jobboards donnent un résultat satisfaisant, le journal en ligne continue de séduire son lectorat, composé de décideurs travaillant dans le domaine de la santé : des cadres, des gestionnaires, des managers, des médecins chefs de service...



De gauche à droite : Ronan Denoual, Christian Nicoli et Julien Sibierski, les trois cofondateurs d'Hospimedia.

Croissance jusqu'à 20 %

Cette synergie devrait augmenter le chiffre d'affaires actuel de 3,3 M€ de 15 à 20 % dans les trois ans à venir.

En communiquant une information payante en BtoB, Hospimedia.fr dégage 100 % de ses revenus grâce à ses 1.500 établissements de soin et entrepreneurs abonnés. « Nous fonction-

ne de questions d'actualité du secteur sanitaire (politique de santé, financement, réglementations, réformes, équipements...).

Un processus à dupliquer ?

Parmi les lecteurs, 50 % font partie des établissements de santé publics et privés, 30 % des entreprises fournisseuses d'hôpitaux, 15 % des institutionnels et 5 % d'écoles en cursus de formation autour de la santé.

Un groupe média

pour des professionnels

Dans le but de développer la croissance externe, les fondateurs recherchent d'autres profils de professionnels qui pourraient être intéressés par cette formule d'abonnement online.

« À terme, nous souhaitons former un groupe média à destination des professionnels », déclare Ronan Denoual, cofondateur du groupe. 2015 sera donc une année de prospection pour Hospimedia.

Anne-Sophie Coisne Laurent

HOSPIMEDIA

(Lille)

Fondateurs : C. Nicoli, J. Sibierski et R. Denoual.

38 salariés

CA 2014 : 3,3 M€ avec une croissance de 15 à 20 % dans les 3 ans.
www.hospimedia.fr