

FOTOLIA franchit le cap des 20 millions d'images

Retour sur la « picture story » de la banque d'images leader en Europe sur le marché des microstocks



Paris, le 14 janvier 2013 – Créée en 2004 par deux entrepreneurs français, Fotolia a su rapidement se positionner comme le leader européen sur le marché des microstocks. Un succès qui repose à la fois sur un modèle économique alternatif porté par une recherche constante d'innovation et une attention permanente à la diversité et à la qualité des images. Alors que Fotolia vient de franchir le cap des 20 millions d'images, la banque d'images revient sur les raisons de sa réussite.

Fotolia, un modèle économique disruptif

L'histoire de Fotolia débute en 2001, lorsque Thibaud Elzière, alors stagiaire chez un hébergeur Internet est confronté à la difficulté de trouver des images libres de droits à un coût accessible pour illustrer les supports de communication de la société. Il constate alors que les prix élitistes pratiqués par les principales banques d'images constituent d'une part un frein majeur au commerce de la photo d'illustration et d'autre part un encouragement au pillage d'images sur Internet. Il imagine alors le concept d'une place de marché en ligne au sein de laquelle les contributeurs pourraient générer des revenus conséquents grâce aux volumes de vente de leurs fichiers et les acheteurs télécharger des images libres de droits à des prix accessibles et dans un cadre légal. **Grâce au soutien d'Oleg Tscheltzoff, co-fondateur de la société d'hébergement Internet qui emploie Thibaud, ce projet ambitieux peut voir le jour en 2004.**

Ce modèle disruptif s'est immédiatement démarqué des offres des acteurs historiques du secteur et a su rapidement s'imposer dans le paysage économique mondial. « *Fotolia est devenue une alternative aux agences photo traditionnelles et aux téléchargements illégaux d'images sur Internet. Nous avons ainsi créé un nouveau marché qui a favorisé l'émergence d'une nouvelle catégorie d'utilisateurs* », explique Oleg Tscheltzoff.

Un modèle économique unique qui a valu à Fotolia d'être récompensée en 2010 par l'Association pour le développement de l'économie numérique française (ADEN) et en 2011 par l'Association de l'économie numérique (ACSEL) et les professionnels du secteur de l'IT lors de l'IT Night.

Une forte croissance économique et un déploiement international

En huit ans, Fotolia a su s'imposer sur le marché des microstocks et devenir le leader en Europe. Une réussite qui repose en partie sur ses contributeurs auxquels elle reverse chaque année plus de 40 millions de dollars de droits d'auteurs. La banque d'images propose aujourd'hui plus **de 20 millions de fichiers**, qui lui permettent de se positionner comme l'une des plus grandes bases de données de contenus créatifs au monde. **Chaque mois, près de 1,5 million d'images sont téléchargées à travers le monde.** A ce jour, l'entreprise compte plus de **4 millions d'utilisateurs.**

« En 2012, Fotolia a dépassé ses objectifs avec un chiffre d'affaires de plus de 100 millions de dollars. En ce qui concerne notre déploiement géographique, nous avons étendu en 2012, nos services à l'Argentine, au Chili, au Mexique, à la Colombie, à l'Australie et l'Afrique du Sud, tout en continuant à gagner des parts de marché sur les pays européens. Aujourd'hui, nous sommes implantés dans 21 pays et envisageons de déployer Fotolia dans les pays scandinaves et aux Pays-Bas, grands consommateurs de photos en ligne », explique Oleg Tscheltzoff.

Innovation et partenariats : deux leviers majeurs de croissance

Afin de conserver une avance décisive sur son marché, Fotolia a mis en place une politique dynamique de partenariat avec des hébergeurs Internet, des imprimeurs et des éditeurs pour lesquels elle a développé des API spécifiques. Ces dernières leur permettent d'interfacer le contenu de la banque d'images et bénéficier de l'ensemble de ses fonctionnalités en marque blanche ou sous la marque éponyme. **Ainsi, l'entreprise a développé en 2010 un «plug in» pour Microsoft et plus récemment pour l'Adobe Creative Suite 6**, qui permet à leurs utilisateurs d'accéder aux 20 millions d'images Fotolia sans quitter leur environnement de travail.

Pour proposer des contenus plus artistiques, **Fotolia s'est associée à deviantART** et a développé une collection inédite composée de plus de 3 000 images réalisées par les membres de cette communauté. Fotolia a également noué des accords avec des réseaux institutionnels afin de sensibiliser les PME aux règles juridiques qui entourent l'utilisation des images.

En septembre 2011, Fotolia opérait sa troisième transition technologique en proposant une interface plus intuitive et un moteur de recherche plus performant afin d'améliorer l'expérience utilisateur.

Une ambition : devenir le « one stop shopping » des fichiers créatifs

Fotolia poursuit sa stratégie de croissance et de diversification de son offre pour **devenir la place de marché de tous les contenus créatifs** : photos, illustrations vectorielles, vidéos en haute définition, sons, logos... En février 2011, Fotolia a ainsi investi 750 000 dollars dans la société AudioMicro pour étoffer ses contenus de sons libres de droits et a racheté en mars dernier Wilogo, le premier service communautaire en ligne spécialisé dans la conception graphique et la création de logos.

« En mai 2012, Fotolia a levé 150 millions de dollars auprès de KKR & Co. Des fonds qui nous ont permis d'investir et de soutenir notre stratégie de déploiement à l'étranger. Fotolia a ainsi pu consolider ses équipes et entend continuer à renforcer son pôle Recherche et Développement. Oleg Tscheltzoff, Président et co-fondateur de Fotolia conclut : "Notre croissance ne passe pas uniquement par le développement de services à valeur ajoutée. Nous privilégions également les acquisitions externes pour devenir à terme, le one stop shopping des fichiers créatifs." »

A propos de Fotolia

Banque d'images leader en Europe sur le marché des microstocks, Fotolia propose une collection en ligne de 20 millions de photos, d'illustrations vectorielles et de vidéos HD libres de droits.

Créée en 2004 par des entrepreneurs français, Fotolia a pour vocation de démocratiser l'accès aux images et propose des contenus de qualité professionnelle à partir de 0,75 €, pour tous types d'utilisation, sur tous supports, sans limite de temps, sans limite géographique, et ce, quel que soit le nombre de diffusions.

Véritable place de marché professionnelle, Fotolia propose sur son site, des images de photographes et de créatifs confirmés mais aussi des images d'agences photos parmi les plus renommées à travers le monde. Ses clients sont des grands comptes, des agences de communication, des organismes de presse, des éditeurs, des administrations, des collectivités territoriales, ainsi que des TPE/PME de tous secteurs d'activités. Fotolia compte aujourd'hui 4 millions d'utilisateurs. Ses services sont proposés en 12 langues et dans les 21 pays où elle est physiquement implantée.

Plus d'informations sur : www.fotolia.fr, rubrique « espace presse ».

Contacts presse



Anne-Laure Delmotte
Consultante
Tél : 01 41 11 23 97
Mail : annelaure@oxygen-rp.com



Karen Seror
Directrice de la communication
Tél : 01 83 62 24 76 / 06 11 46 39 86
Mail : karen.seror@fotolia.com