Stingray devient le «Walmart» de la musique

Photo Hugo-Sébastien Aubert, La Presse Agrandir

Eric Boyko, PDG de l'entreprise montréalaise Stingray Digital.

MAXIME BERGERON
La Presse

Stingray Digital est devenu le plus important fournisseur mondial de services musicaux numériques cette semaine, après le rachat du groupe Mood Media Amérique latine. La boîte montréalaise ambitionne même de devenir le «Walmart de la musique». Nous avons joint hier son coloré président, Eric Boyko, qui revient sur cette transaction bouclée à la vitesse de l'éclair entre Noël et le jour de l'An.

Q: Que signifie cette acquisition pour Stingray?

R: La plus grosse nouvelle, c'est qu'on devient le fournisseur numéro un de musique en Amérique latine, avec une croissance incroyable. On achète 18 millions d'abonnés répartis dans 22 pays. Et comme le taux de pénétration est seulement de 20 %, le potentiel là-bas est de 100 à 150 millions d'abonnés, sur une période de 5 à 10 ans. On va maintenant être présents dans

102 pays, et cette transaction nous a permis de franchir le cap du 100 millions d'abonnés, avec 105 millions d'abonnés. On devient ainsi le plus gros distributeur de musique payante au monde.

Q: Le grand public ne connaît pas vraiment votre entreprise. Rappelez-nous ce que fait Stingray Digital.

R: Au Canada, ce qu'on a acheté, ce sont les chaînes de musique Galaxie à la télévision. Au mois de décembre, 80% des Canadiens ont écouté Galaxie, soit 25 millions de personnes. C'est nous aussi qui faisons la bûche de Noël sur Vidéotron. On vend ça mondialement, on a même vendu la bûche en Finlande! C'est un hit mondial.

Q: Quels impacts cette transaction avec Mood Media aura-t-elle pour Montréal?

R: C'est notre 19e acquisition, on a quand même travaillé fort. On a le gros avantage de pouvoir tout centraliser les finances et les TI [technologies de l'information] à Montréal. Toute la musique est distribuée depuis Montréal via internet.

Quand on fait une acquisition, il y a beaucoup de synergies. On compte embaucher environ 25 employés cette année à Montréal, tous des gens en TI qui ont de bons salaires.

Dans le domaine de la musique, je pense que Stingray va être reconnu un peu comme le Walmart de la musique à la suite de cette transaction. Tous les gens des compagnies de disque, et les ayants droit, vont vraiment réaliser qu'on est un acteur important. Indirectement, on devient la plus grosse station de radio au monde.

Quand on joue Céline Dion, elle joue pour 105 millions d'abonnés!