

Portrait

STRATÈGE



LE GÉNIE DU BLITZ

VINCENT KLINGBEIL JOUE AUX ÉCHECS. CET AVOCAT DE FORMATION DIRIGE AUSSI EUROPEAN DIGITAL GROUP QUI REGROUPE TOUTES LES EXPERTISES DE LA COMMUNICATION ET DE LA PUBLICITÉ, ET CHALLENGE LES BIG 5. REDOUTABLE.

Cela ne saute pas aux yeux la première fois qu'on le rencontre. C'est lorsque l'on suit son émission *Le Tech Show*, sur YouTube, en particulier l'édition où ses fils Ethan (5 ans) et Sacha (3 ans) expliquent ce qu'est un data scientist, que cela devient une évidence. Il y a quelque chose de Alain Chabat en Vincent Klingbeil. N'entendez pas l'humour, la comédie, le sens de la dérision, mais la vivacité intellectuelle, cette agilité d'esprit qui fait rebondir un talk-show dans la seconde. Si l'agilité est au cœur de la logique digitale, ne pensez pas que ce geek se contente de l'entretenir sur les réseaux sociaux, bien que son compte LinkedIn soit doté de plus de 300 000 followers. « Il est essentiel qu'un dirigeant soit connecté avec ses clients et ses équipes », dit-il. Si cet hyperactif est devenu l'un des hommes les plus influents du business numérique, c'est grâce à un esprit stratège de haute voltige qu'il entretient en jouant aux échecs avec un grand maître deux fois par semaine. Dans son bureau, son jeu d'échecs est d'ailleurs la première chose que Vincent Klingbeil montre avec une fierté certaine.

Comme souvent dans les réussites, rien ne le prédestinait à un tel parcours. Ce fils de dentiste commence par faire des études de droit, les complète de plusieurs masters de management en France et aux Etats-Unis, puis intègre l'un des principaux cabinets d'affaires parisiens. Très vite, les grands comptes l'ennuient. Au bout de deux ans, il tombe la robe. Il faut dire que le paysage de l'entreprise française est alors en pleine explosion, les start up incubent tous azimuts. Pourquoi se contenter de regarder le train passer ? Il se lance dans l'un de ses secteurs de prédilection, l'entertainment. Talent Zapping se spécialise dans la promotion des nouveaux talents artistiques. Puis il fonde Ametix, une autre start-up spécialisée cette fois dans le conseil en transformation digitale. C'est là qu'il s'épanouit. En 2017, il revend cette entreprise de 500 salariés au groupe La Poste. En 2019, il crée avec deux associés European Digital

Group (EDG). Son modèle ? Le publicitaire anglais Martin Sorrell qui a créé le groupe WPP en 1986 et qu'il a dirigé jusqu'en 2018. « Il y a cinq ans, on parlait de transformation digitale, explique ce quarantenaire épanoui, et aujourd'hui d'accélération digitale. Le digital n'est plus option. La crise a été un révélateur. Les entreprises doivent muter sur les nouveaux médias, apprendre de nouvelles façons de communiquer sinon elles risquent de souffrir. Jamais le monde n'a connu dans son histoire de changements aussi rapides, de basculements plus radicaux. Ce

“ FAIRE MONTER LES DIRECTEURS DE COMMUNICATION EN COMPÉTENCE EST UNE DE NOS PRÉOCCUPATIONS. ”

qui nous oblige, nous aussi, à être en tension permanente et à anticiper les ruptures technologiques à venir. Un exemple : si les métavers connaissent le succès attendu auprès des consommateurs, les entreprises doivent savoir s'en emparer. Nous avons donc institué un club métavers pour y sensibiliser nos clients. Faire monter les directeurs de communication en compétence est une de nos préoccupations. »

En moins de deux ans, EDG a multiplié des rachats pour monter en compétence, soit les BigBoss pour l'accélération digitale, Proximum 365 pour l'événementiel, Orès pour la création publicitaire, Metsys pour la cybersécurité, Ads'up pour le trafic web et Foll-ow pour l'influence. Tous sont regroupés dans la même digital factory, au 103, boulevard de Charonne à Paris. Ce qui permet à ce



jeune géant de proposer une offre globale à ses clients et de performer. Résultat, 1 500 talents et 150 millions de marge brute générée en 2021. L'ambition affichée ? S'internationaliser, atteindre le milliard en 2025 et challenger les Big 5 du secteur dont Havas, Publicis et Accenture. EDG a ainsi raflé Auchan, le groupe Partouche, Lancôme, Samsung, Decathlon... Sa force ? Son organisation interne. L'entreprise fonctionne comme un club d'entrepreneurs. Chaque nouvel entrant prend des parts dans les autres filiales de la holding. Tout est transversal et la synergie constante entre les équipes. « Chez nous, les patrons, ce sont les clients. Le succès de leurs entreprises fait la croissance de nos sociétés et celui-ci n'est possible qu'avec beaucoup d'humilité. On doit savoir écouter et toujours se remettre en question. » Ce que Vincent Klingbeil prend plaisir à faire faire. Si le virtuel est son univers, il a la lucidité et la vigilance de savoir mettre des freins à son hyper consommation. Ce qui lui laisse du temps pour lire ses auteurs fétiches : Tim Ferriss, Marc Benioff, Guy Kawasaki. ■

CATHERINE JAZDZEWSKI

Vincent Klingbeil dans son émission *Le Tech Show*, sur YouTube.

2009
Lancement de Talent Zapping, spécialisé dans l'entertainment.

2011
Cofondateur d'Ametix, spécialisée dans le conseil en transformation digitale.

2017
Il revend Ametix à La Poste.

2019
Cofondateur d'European Digital Group. Il rachète 5 entreprises spécialisées dans l'événementiel, la création publicitaire, la cybersécurité, l'influence...

2021
Son entreprise dégage 150 millions de marge brute.

...2025
Challenger Havas, Publicis, Accenture...

