

TOP 30 Edition 2007 : les résultats

Une marge brute en augmentation de +12,7% pour les agences du TOP 30 en 2007 (activité 2006)

Pour cette 3^{ème} édition, une fois de plus les agences ont répondu présentes à l'appel des 1000 de l'Ouest et de CB News. Toutes les sociétés présentées (mises à part deux) ont communiqué leurs chiffres accompagnés du tampon de leurs experts comptables. Belle preuve de transparence et de courage des dirigeants de l'Ouest.

+12,7% de croissance générale

Oui le cru 2006 a été bon pour la profession dans l'Ouest de la France. Indéniablement, la lecture des chiffres montre toute la compétitivité et le dynamisme des professionnels du secteur. Ces chiffres sont à analyser à deux niveaux :

1. Une croissance mesurée pour les 10 premières

Les 10 premières ne réalisent que 4% de croissance (comparativement au près de 10% enregistré l'année dernière). Cette baisse est cependant à nuancer, le leader, Altavia perdant plus de 10% de sa marge brute.

2. Mais une forte poussée pour les 20 suivantes

Plus de 17% d'augmentation de marge brute pour les 20 agences suivantes, la vitalité en 2006 a été au rendez-vous. 7 agences ont enregistré une croissance de 20% de leur marge brute.

La barre du million d'euros

Faire partie des 30 premières agences de l'Ouest, c'est aujourd'hui réaliser à minima 1 million d'euros de marge brute. Cependant, l'écart entre la 1^{ère} et la 30^{ème} agence est de 1 à 10 ...

L'emploi suit la progression de la marge mais pas au même rythme

Le souci de productivité est une constante des agences de l'Ouest et les structures sont capables de produire plus avec des équipes bien rodées. Certes, il y a du recrutement mais nombreux sont ceux qui font le choix d'une rentabilité des organisations existantes. La prise de risque en 2006 ne s'est pas faite sur l'emploi.

Le marché bouge par acquisition et développement externe

Les agences du TOP 30 poursuivent leur croissance et certains n'hésitent plus aujourd'hui à acheter des structures plus petites mais complémentaires à leur activité. Graphic Identité ou Médiacd en sont les plus beaux exemples. L'effet de taille pour aller chercher de nouveaux marchés est en ligne de mire des décideurs. Cette tendance va croître au fil des années, annonçant d'autres rachats et regroupements stratégiques.

Nantes est toujours l'épicentre de la communication de l'Ouest

Parmi les 30 agences du classement, 19 ont leur siège ou une filiale dans la capitale des Pays de la Loire. Même si le marché est interrégional, ou national pour les agences les plus importantes, il faut être présent à Nantes pour affronter son marché et se mesurer aux autres. Bien évidemment, chaque grande capitale régionale possède ses agences leaders, fortement implantées et affichant pour la plupart des croissances à deux chiffres.

Une activité de plus en plus reconnue hors du territoire

C'est une grande victoire pour les agences de l'Ouest que de se faire distinguer au niveau national : Bertaud & Associés (Nantes) reçoit un Top Com d'Argent pour Areva, EuroRscg (Rennes) le prix de la communication des collectivités locales par CB News, sans compter des récompenses à Bordeaux et bien sûr le Grand Prix de la Créativité Publicitaire de l'Ouest qui a récompensé une dizaine d'agences.

Bravo pour ce cru 2006 qui inscrit les agences de l'Ouest dans une dynamique que les annonceurs doivent aujourd'hui prendre en compte avant de consulter sur Paris ou ailleurs...

Christophe Caillaud-Joos

Directeur du CCO

14 juin 2007