

## Top 30 des agences du Grand Ouest 2008 : les tendances

### **12,9% : croissance générale record**

9,9% sur la période 2004-2005, 12,7% sur 2005-2006 et **12,9% sur 2006-2007** : les agences de l'Ouest progressent encore cette année.

Avec **87,7M€ de marge brute cumulée en 2007**, contre 78,5M€ en 2006, le Top 30 crée toujours plus de richesse.

### **Un podium fort**

Le premier constat est celui d'un podium inchangé : **Altavia Victor**, qui stabilise sa MB après le repli de l'année précédente, mène toujours - avec une avance confortable - la flotte. **Euro RSCG 360** et **G et A Links**, avec des croissances similaires (+6,3% et +6,9%), complètent solidement le podium. Mais derrière, **Publicis Activ** affiche tout son dynamisme...

### **Le ticket d'entrée dans le Top 10 vaut 3M€**

Derrière, les 6 agences suivantes ont également le vent en poupe : avec 15,4% de croissance en moyenne, elle placent le seuil de ce Top 10 à 3M€ de marge brute. Si toutes progressent, **Graphic Identité** (6<sup>ème</sup>, +21,8%, soit sa meilleure année depuis sa création en 1972) et **Précontact** (9<sup>ème</sup>, +27%) réalisent les plus belles poussées.

### **En hausse**

Outre Graphic Identité et Précontact dans le Top 10, 7 agences connaissent pour la seconde année consécutive au moins une croissance à deux chiffres. **Médiacd**, 11<sup>ème</sup>, a bien digéré l'acquisition de Well'com et campe solidement sur la plus haute marche des web agencies de l'Ouest. L'agence **Pixels**, 14<sup>ème</sup>, a remporté de gros budgets et fait un bond de 45,4%, en plus des 29,1% de l'année précédente. **AMS Evénements** (17<sup>ème</sup>) confirme son statut d'organisateur d'événements de grande ampleur, tandis qu'**Augural** (19<sup>ème</sup>) poursuit son développement avec l'intégration des équipes de Devorsine&Galilée. **Ouest audiovisuel** (20<sup>ème</sup>), **Eluère et associés** (21<sup>ème</sup>) et **Moswo** (23<sup>ème</sup>) surfent également sur une dynamique intéressante.

Parmi les hits de cette édition, citons enfin le **groupe Windward**, aux portes du Top 30 l'an passé et qui entre directement au 24<sup>ème</sup> rang à la faveur d'une MB en hausse de 61,1% à 1 362 788 €.

**La Compagnie Interactive**, issue du groupement Nadine Richet & Cie, intègre elle aussi le Top 30 grâce à une marge brute en hausse de 52,4% (1 035 283 €) en 29<sup>ème</sup> position.

### **Le déploiement de la marque, source de croissance**

2007 aura été pour les agences du grand Ouest, dans une **tendance au « tout 360° »**, une année stratégique dans **l'affirmation et l'optimisation de leur offre**. g&a est devenue G&A Links pour valoriser ses offres « étude » et « action », Altavia Victor affirme

avoir « confirmé son nouveau positionnement marketing et publishing à destination des enseignes à réseaux ».

IC'COM a créé une filiale interactive, Digital Garden. Ouest audiovisuel est devenu un groupe rassemblant 3 filiales OPA Media, OPA web & tv et OPA Events. Eluère et associés a opté pour la création de Tendency, son département de conseil, quand Nouveau Monde DDB a lancé Open Your Mind, son programme de détection de tendances à l'international.

Ce développement s'est parfois effectué à **l'externe** : LMY&R a renforcé son département LM Interactif par l'absorption de l'activité de l'agence multimédia parisienne Inaya.fr. Publicis Activ a acquis le fond de commerce d'Ossard Latgé. Enfin, l'un des faits marquants de cette année 2007 restera la reprise de Devorsine&Galilée par l'agence Augural.

### **Les grands comptes choisissent (aussi) le grand Ouest**

Spie, Assemblée des Chambres françaises de Commerce et d'Industrie, Groupe Bel / La Vache qui Rit, Mutuelle Radiance, d'Aucy, Ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables, Groupe POINT P, Foncia, Montpellier Agglomération, Paris Normandie, RegionsJob, AXA Banque, Crédit Agricole SA, Umbro, Kraft... de **grands annonceurs nationaux et internationaux** ont confié leur communication aux agences du grand Ouest. Et de plus en plus de **grands noms régionaux** suivent cette tendance.

Cette confiance grandissante des annonceurs n'est probablement que la conséquence la plus palpable d'une **réelle confiance des agences en elles-mêmes**, qui prennent l'habitude de se frotter aux cadors lors de grandes consultations.

Une tendance que vient appuyer, cette année encore, les nombreuses récompenses glanées lors de concours nationaux et internationaux (Favor'i du e-commerce pour Nouveau Monde DDB, Crystal d'argent à Meribel pour Compagnie 360, Popai european award pour LM Y&R, etc.)

### **Emploi : une hausse toujours modérée**

A l'image de 2006, les agences ont, en 2007, poursuivi une **politique d'embauche globalement mesurée** (+8,4%). Si certains acteurs comme G et A Links, le Studio T, Pixels, AMS Événements, Symaps Atlantique, ouest audiovisuel, groupe Her-Bak, Moswo ou La Compagnie Interactive ont fortement recruté, les deux tiers du plateau ont misé sur une relative stabilité d'effectifs bien rodés.

### **Nantes, encore et toujours place forte de la com' dans l'Ouest**

Il faut attendre le 15<sup>ème</sup> rang pour trouver, avec Le Gouës et Associés, une agence ne possédant aucune implantation à Nantes ou son agglomération. Au total, **22 agences du Top 30 y ont leur siège ou l'une de leurs filiales**. La Bretagne (8 agences) et le Poitou-Charentes (6), tirent leur épingle du jeu. Pour la Basse-Normandie, c'est plus compliqué (un seul représentant).