

...
serve aussi parmi les agences de marketing services, telle The CRM Company, qui a embauché en septembre dernier Luc Basier, ancien d'Ogilvy, Anne-Cécile Tauleigne, ex-Callegari Berville Grey, et Jean-Noël Perrin, l'un des cadres dirigeants de DDB. À l'exemple de ce groupe présidé par Bertrand Frey, les indépendants sont toujours aussi présents et dynamiques, comme en témoigne le classement *Stratégies*. Hormis les deux incontournables grands groupes de communication intégrés, Publicis et Havas, et quelques respectables acteurs spécialisés, comme Teleperformance (marketing téléphonique), Altavia (édition et promotion), Accentiv (motivation des ventes) ou High Co (marketing opérationnel), qui dominent toujours le marché, certains indépendants, plus modestes, suivent cependant une stratégie de développement soutenue à grands coups d'acquisitions.

Mouvement entrepreneurial

Coté en Bourse, The Marketinggroup (23,8 millions d'euros de chiffre d'affaires) a ainsi acquis en septembre dernier l'agence L'Enchanteur des nouveaux médias. Ligaris (18,5 millions) a racheté début 2006 la société d'édition d'entreprise L'Agence. The CRM Company (plus de 11 millions) a repris l'agence de marketing opérationnel Coccinelles et est sur le point de conclure le rachat de l'agence interactive Xotox. Extrême (14,7 millions) avait déjà fait de même dans ce secteur en reprenant Sensio. Le plus boulimique étant sans conteste Yin Partners, dont le chiffre d'affaires de 11,7 millions d'euros a crû de près de 85% en



Christian Larger (Gibory Consultant) : « On dénombre de nombreuses créations d'agences indépendantes, souvent par des peintures de la profession. »

2006, qui, ces derniers mois, compte encore une demi-douzaine d'acquisitions à son actif: Alternative en publicité, Com'demain en événementiel, Ursamaïor en marketing relationnel...

Ce mouvement entrepreneurial (lire l'entretien page 38) n'est pas prêt de se tarir. « On dénombre en effet de nombreuses créations d'agences indépendantes, souvent par des peintures de la profession », observe Christian Larger, président du cabinet-conseil en choix d'agences Gibory Consultant. L'année 2006 a ainsi vu naître La Chose, sous l'impulsion d'Éric Tong Cuong (ex-Y&R) et de Pascal Grégoire (ex-CLM BBDO), Georgeon-Lorentz (devenue Georgeon&Associés en octobre), avec à sa tête Olivier Georgeon (ex-Publicis), et Others, fondée par deux anciens de Draft, Didier Stora et Hélène Huteau. L'année 2007 a aussi été riche en création d'agences: Arkansas (Catherine Amaize, ex-MPG), June 21 (Jean-Pierre Villaret et Jean-Marc Benoît, ex-Devarrieux Villaret), Just a Kiss (Isabelle Carron,



Henri-Christian Schroeder (Schroeder & Associés) : « La surchauffe des valorisations se calmera certainement d'ici à mars 2008. »

de Draft, et Arnaud Pigounides, de Reflex) et récemment Auditia (Philippe Sarrazin, d'Initiative).

Au sein même des groupes de communication souhaitant attirer ou garder des talents, de nouvelles enseignes ont également vu le jour. Exemples: le groupe Bolloré avec FFL (Christophe Lambert, Frédéric Raillard et Farid Mokart, ex-Publicis) et Atjust (Dominique Julien, ancien du Nouvel Eldorado, et Thomas Stern, de Draft-FCB) et TBWA avec MAP, agence créée sur mesure pour des collaborateurs du groupe (Sébastien Vacherot, Manuelle Van der Vaeren, Jocelyn Jamier et Nicolas Chemla, ce dernier venu de BETC). Les rachats et réorganisations ne sont pas pour autant écartés. Havas a racheté Scher Lafarge, et annoncé en juin dernier la création de H, regroupant les activités et les équipes de Scher Lafarge, Devarrieux Villaret, Brann Communider, 146&Cie et Le Nouvel Eldorado. À chacun son nouveau modèle d'agence.

Alain Delcayre

Méthodologie

Le chiffre d'affaires comme critère de classement

Stratégies a, cette année encore, fait appel, pour réaliser ce classement, à la société Éditorial&Régie, spécialisée dans les classements d'entreprises pour la presse économique, financière et régionale.

Les sociétés présentes ici sont des agences-conseils en communication dont le siège social est implanté en France. Elles proviennent de la base de données de *Stratégies*, complétée par la base Coface Services (www.cofaceservices.fr). *Stratégies* a fait parvenir par courrier à chacune des sociétés répertoriées un questionnaire financier afin de récupérer les informations concernant l'exercice 2006. Sans réponse de leur part, les données publiées sont celles fournies par Coface Services quand les comptes ont été déposés.

Le classement a été arrêté au 15 novembre 2007. Ne sont donc retenues que les entreprises ayant publié leurs comptes avant cette date ou ayant répondu à notre enquête. Le classement est réalisé suivant le critère du chiffre d'affaires hors taxes réalisé en 2006 ou en 2005.

L'exhaustivité est privilégiée

Certaines organisations professionnelles jugent le critère de la marge brute plus représentatif de l'activité d'une agence que celui du chiffre d'affaires. Mais la marge brute n'est pas lisible dans les liasses fiscales. De plus, pour tenir compte des recommandations de la loi Sarbanes-Oxley, qui encadre les entreprises cotées en Bourse aux États-Unis (et pas seulement les agences de communication), les associations

professionnelles françaises ont cessé de communiquer la marge brute des agences en 2002 (chiffres 2001). Le chiffre d'affaires est donc le seul élément disponible publiquement. Il a aussi le mérite de mesurer l'activité économique réellement facturée.

Pour être le plus exhaustif possible, nous avons choisi de classer les sociétés n'ayant pas répondu à notre courrier et n'ayant pas déposé leurs comptes 2006 à l'heure du bouclage selon leurs données concernant l'exercice 2005. Elles apparaissent en italique dans le classement. Nous avons souhaité privilégier l'exhaustivité: une société et son groupe d'appartenance peuvent figurer dans un même classement, même si les données du groupe sont consolidées.

Ainsi Publicis Groupe est-il classé, de même que ses filiales. Cependant, les sociétés filiales de groupes présents dans le tableau sont intégrées sans rang de classement. Enfin, les sociétés présentant des comptes consolidés, mais ne nous les ayant pas communiqués, sont classées selon leurs comptes sociaux déposés aux greffes compétents. Enfin, nous indiquons la variation du chiffre d'affaires lorsque les données sont comparables d'un exercice à l'autre (données sociales ou consolidées sur les deux derniers exercices, durées d'exercice identiques). En cas contraire, ou lorsque nous ne disposons pas des données de l'exercice 2006, nous faisons figurer dans le tableau la mention NS («non significatif»).

François Kermaol