



© ABAQUES AUDIOVISUEL

**ABAQUES
AUDIOVISUEL
EN BREF**

Président
Stéphane Gambier
3, rue du Casse
31240 Saint-Jean
www.abaques.fr

40
SALARIÉS

25 %
DE CROISSANCE DE
L'ACTIVITÉ EN 2019

9,6 M€
DE CA
EN 2018

HAUTE-GARONNE **COMMUNICATION ET MÉDIAS**

Abaques met sa croissance en avance rapide

Paul Falzon

Alors que le marché de l'audiovisuel traverse une phase de concentration, l'agence Abaques (40 salariés ; CA 2018 : 9,6 M€) suit un scénario très précis pour assurer son indépendance. Il tient en deux chapitres : renforcer l'offre de services et grandir par la croissance externe. Créée il y a quinze ans, la société basée à Saint-Jean (31) s'est d'abord développée sur des activités de prestations techniques, essentiellement pour l'événementiel (via sa branche live) et l'intégration d'équipements

sur site (avec son activité indoor). La création en 2016 d'un troisième pôle dédié à la production a marqué une réorientation vers des marchés à plus forte valeur ajoutée. « L'idée générale est d'apporter plus de solutions à nos clients, que ce soit par la création de contenus ou l'accompagnement à 360° sur l'ensemble de leurs besoins techniques », indique Stéphane Gambier, président et cofondateur d'Abaques.

Un plateau TV mobile

L'année 2019 a vu le lancement de deux nouvelles prestations pour renforcer l'offre. Côté événementiel, la PME ex-

ploite depuis le mois de mai le Bus TV, un plateau télé mobile qui permet de réaliser des contenus dans trois sites différents en une seule journée. Côté production, Abaques s'est alliée avec la startup parisienne Boson Project pour développer le concept « Tchatche », véritable joute oratoire qui voit se confronter chefs d'entreprise et personnalités autour de thèmes d'actualité, dans une ambiance décalée. Ces nouvelles offres contribuent à une croissance de l'activité plus rapide que prévue en 2019, avec un chiffre d'affaires qui devrait avoisiner les 12 M€, contre 11 M€

dans le budget prévisionnel. Abaques a aussi des projets pour sa branche indoor. « Nous allons développer de nouvelles offres sur la gestion de site, les contrats de maintenance ou d'assistance, l'animation de conférences... », précise Stéphane Gambier. Ce virage vers la gestion de site répond à deux enjeux. D'une part, assurer à la société des modèles économiques récurrents. D'autre part, répondre à la concurrence croissante des filiales audiovisuelles de grands groupes du BTP, qui se positionnent sur une offre globale pour les grands donneurs d'ordres publics et privés, et progressent par rachats de PME régionales.

Des projets à Lyon

Dans ce mouvement de concentration du secteur, Abaques envisage également de recourir à la croissance externe. Après Bordeaux et Paris, c'est vers Lyon que la PME regarde en priorité. « Cela nous permettrait de compléter notre maillage territorial pour couvrir l'ensemble de la France métropolitaine », précise Stéphane Gambier. L'objectif est d'atteindre une taille critique de 20 M€ d'ici à trois ou quatre ans, avec à la clé une cinquantaine de recrutements. La recherche de prospects devrait s'intensifier d'ici la fin de l'année, précise la direction d'Abaques : pour l'heure, la priorité est à la célébration des quinze ans de l'entreprise, avec trois soirées prévues à Toulouse, Bordeaux et Paris en présence de 600 clients et partenaires. Ces manifestations seront l'occasion de démontrer les savoir-faire de l'entreprise, avec notamment la présence d'hologrammes projetés dans les trois dimensions. ■



© ABAQUES AUDIOVISUEL

Après Bordeaux et Paris, l'agence toulousaine Abaques vise l'ouverture d'une nouvelle agence à Lyon. L'objectif est d'atteindre 20 M€ de chiffre d'affaires dans les quatre ans, soit le double de l'exercice 2018.