

Éco > À La Une

Publié le mardi 1er octobre 2019 à 19h30min par [Béatrice Girard](#)

Audiovisuel. Nouveaux services et une quatrième agence pour Abaques en 2020

> Quinze ans d'existence et une croissance à deux chiffres : l'agence toulousaine spécialiste de la communication audiovisuelle Abaques affiche un bon bilan, renouvelle son offre et poursuit son développement.



Pas de crise d'adolescence pour Abaques. L'agence toulousaine fondée par Stéphane Gambier et Frédéric André souffle ses quinze bougies et s'est imposée comme spécialiste de la communication audiovisuelle auprès des grands comptes. « 2014, année d'ouverture de notre agence parisienne, marque l'étape clé du développement de l'entreprise », analyse Stéphane Gambier. « Depuis cette date nous maintenons une croissance annuelle de 20 % par an. »

Abaques a réalisé un chiffre d'affaires de 9,7 millions d'euros en 2018 dont 40 % à Toulouse, 35 % à Paris et 25 % à Bordeaux ; et table sur 12 millions d'euros cette année. Elle compte quarante-cinq collaborateurs, dont vingt à Toulouse qui reste son siège social et son centre névralgique.

Dans un secteur ultra concurrentiel, Abaques se démarque grâce à une offre globale de services au travers de trois entités. L'ingénierie et l'équipement de salles audiovisuel avec Abaques Indoor, les solutions d'événementiel avec Abaques Live et la production de contenus vidéo et multimédia avec Abaques Prod.

Le leasing pour sécuriser les marchés

« Les besoins en équipement numérique explosent et les grandes entreprises sous-traitent ces services en achetant des solutions techniques globales », décrit Stéphane Gambier. Pour sécuriser ses marchés, Abaques, propose des offres de services totalement packagés avec des contrats de trois ans, selon le principe du leasing. « Nous accompagnons nos clients avec des services de maintenance, une offre de conciergerie qui nous permet de prendre la main à distance ou encore la présence de salariés Abaques sur sites pour faire fonctionner les installations comme sur le campus Orange à Paris ou sur un des sites de la Société Générale à la Défense. »

Joutes oratoires et Bus.tv by Abaques

L'autre stratégie de l'agence est le déploiement de nouveaux services en collaboration avec des agences partenaires. Depuis cette année, Abaques commercialise le Bus.tv auprès de ses clients. Une prestation de plateau télé 100 % autonome qui a vu le jour en collaboration avec la société de production Stop and Go, spécialisée dans la gestion des cars régies. « Nos clients l'utilisent pour créer leur contenu et alimenter leur réseau. A Toulouse, nous avons des projets avec le Conseil départemental, Airbus ou encore la Chambre des notaires. »

Dernière nouveauté : le concept de joute oratoire « Tchatche » imaginé par l'agence parisienne The Boson Project, pour lequel Abaques devient prestataire technique. Cette prestation qui ressemble à un concours d'éloquence se déroule dans un décor de ring de catch, avec un arbitre et des effets de son et lumière. « Mais sous ces airs déjantés, Tchatche permet à des personnalités d'échanger

sur des sujets très sérieux comme la patrimonialité des data ou le QI à l'heure de l'IA et peut aussi être utilisé à des fins de formation en entreprise. Nous allons le développer dans tout le Sud-Ouest », prévoit le dirigeant.

Enfin dans ce contexte, Abaques prépare l'ouverture d'une quatrième agence dans le sud-est de la France en 2020, peut être par le biais d'une opération de croissance externe avec à la clé six à huit recrutements.

Béatrice Girard

Sur la photo (de gauche à droite) : Frédéric André et Stéphane Gambier, les fondateurs et dirigeants d'Abaques prévoient l'ouverture d'une 4^e agence en 2020. Crédits : DR.