

« Une nouvelle génération d'entrepreneurs émerge »

Frédéric Assouline, Daniel Colé et Jean-Marie Simon, associés de Spin-Off&Co, cabinet de conseil en fusions et acquisitions « pour les actifs à taille humaine », soulignent les nouvelles opportunités fiscales et patrimoniales qui s'offrent aux entrepreneurs de la communication.

Que vous inspirent les résultats de ce classement *Stratégies des entreprises de communication en France* ?

Daniel Colé. Si la croissance a été au rendez-vous en 2006, elle le sera dans une bien moindre mesure en 2007. Du coup, la rentabilité, elle, est beaucoup plus fragile. La tendance générale des annonceurs à concentrer leurs budgets entre les mains de grands réseaux pèse inévitablement sur les petites et moyennes agences.

Frédéric Assouline. Sans compter que le grand nombre d'acteurs sur ce marché favorise la multiplication des compétitions qui, rappelons-le, ne sont pas rémunérées. Et ce, alors que le rôle des directions des achats chez les annonceurs ne cesse de croître, tirant les prix vers le bas. Les agences ont toujours du mal à faire valoir leur prestation à sa juste valeur.

Jean-Marie Simon. Seuls les marketing services affichent de meilleures rentabilités, car les prestations de conseil sont largement rémunérées au temps passé. En revanche, les agences de publicité, dont l'efficacité est plus difficile à quantifier, n'ont pas encore réussi à donner une vision objective de leur valeur ajoutée.

Comment analysez-vous la diversité, en matière d'enseignes comme de métiers, représentés dans ce classement ?

F.A. On voit bien que tous les groupes de communication s'arrangent pour brouiller les cartes. Afin de présenter l'offre la plus large possible, ils multiplient les enseignes. Mais, hormis les poids lourds, qui disposent de fonds propres suffisants, ils ne peuvent acquérir que 10 % à 50 % du capital des agences qu'ils convoitent. Ce qui limite leur valeur et leur potentiel de développement.

D.C. Bien sûr, les grands groupes gardent une forte mainmise sur le marché. Mais les seuls groupes indépendants que l'on voit émerger comme Altavia, High Co ou Le Public Système ne sont pas dirigés par des stars de la communication, mais par des entrepreneurs qui ont une stratégie financière et un projet. Les grands noms de la publicité, eux, se retrouvent dans les gros groupes qui ont les moyens de se les offrir et qui ne peuvent guère faire autrement, s'ils ne veulent pas les laisser sur le marché.

Comment décririez-vous le profil de ces nouveaux entrepreneurs ?

D.C. Ils ont pour la plupart fondé leur société depuis longtemps déjà sur un segment particulier du marché et, à un moment donné, ont basculé vers un nouveau modèle de développement. C'est le cas de Dufresne et Corrigan, deux anciens d'Euro RSCG qui ont fondé leur agence de communication, puis qui ont senti la nécessité de mieux présenter leur projet dans une offre intégrée et transversale, baptisée La Maison de la communication. Cette nouvelle race d'entrepreneurs a l'intelligence de construire un projet industriel, mais aussi financier et patrimonial. Ce qui n'était pas le cas des agences des années quatre-vingt comme BDDP, par exemple.

Quelle est la perspective pour les dirigeants de ces groupes indépendants ?

F.A. Pendant longtemps, les grands groupes ont joué le rôle d'attrape-tout sur ce marché, en permettant aux indépendants petits et moyens de trouver une solution financière. En fait, les grands réseaux ont organisé la liquidité du marché. Mais la population des dirigeants d'agence vieillit, et il est nécessaire de penser à la pérennité des sociétés. Or, depuis les votes des lois Dutreil en 2003 et du fameux paquet fiscal en août dernier, la France est carrément devenue un paradis fiscal pour les entrepreneurs. Là où les dirigeants d'une société versaient auparavant de 55 % à 70 %, tout compris, de la valeur de leur société à l'État au terme d'une cession et d'une succession, aujourd'hui, grâce aux nouveaux dispositifs en place, ils peuvent ne céder au fisc que 2 à 3 % du fruit de leur travail.

Entretien : Alain Delcayre



Selon Frédéric Assouline, Daniel Colé et Jean-Marie Simon (de g. à dr.), les dirigeants des agences d'aujourd'hui, à la différence de leurs homologues des années quatre-vingt, bâtissent un projet à la fois industriel, financier et patrimonial. En outre, ils bénéficient d'avantages fiscaux importants qui n'existaient pas auparavant.

Patrick Lecercle

PUB NEW DEAL

QUELLES SONT LES VRAIES RAISONS DE LA CRISE AGENCES / ANNONCEURS ?

Avec PUB NEW DEAL, Patrick Lecercle nous donne les clés pour répondre aux nouvelles attentes des annonceurs dans un marketing en pleine mutation.

« Un énorme travail de recherche et d'analyse (...) à lire absolument »
Bernard Petit, Président de Vidéotheque

Pub New Deal, 340 pages
disponible chez Virgin, Amazon.fr, Fnac, Gibert... et sur www.pubnewdeal.com

**Dirigeants-actionnaires,
Trouvez-vous normal de**

**vous appauvrir alors que
votre business
est florissant ?**

Nous avons les solutions.

Spin-Off & Co

**Le spécialiste des fusions & acquisitions
dans la communication et les médias**

Spin-Off & Co, le spécialiste des fusions & acquisitions dans la communication et les médias, accompagne les dirigeants-actionnaires qui souhaitent transmettre, faire croître ou céder leur entreprise.

Dirigeants-actionnaires, vous manquez de temps à consacrer à la transformation de votre réussite professionnelle en réussite patrimoniale. De plus, vous êtes souvent seul face à des choix difficiles à opérer concernant le futur de votre entreprise, le vôtre ou celui de votre famille.

Des solutions stratégiques, financières, industrielles, patrimoniales et fiscales qui vous permettront de doubler la valeur nette fiscale de votre entreprise, nous les maîtrisons pour vous en ayant réuni autour de Spin-Off & Co toutes les expertises nécessaires. A vos côtés, nous construisons le meilleur "scénario du futur" et le déroulons dans le temps.

Une cinquantaine de clients, principalement dans les différents métiers de la communication et des médias nous ont déjà fait confiance, compte tenu de notre expérience et de notre connaissance approfondie de votre secteur et de ses acteurs.

Daniel Colé

Associé

Mob. : 33 6 08 73 05 20

Fax : 33 1 40 80 77 31

daniel.cole@spin-offandco.com

Frédéric Assouline

Associé

Mob. : 33 6 11 57 10 56

Fax : 33 1 45 40 72 33

frederic.assouline@spin-offandco.com

Jean-Marie Simon

Associé

Mob. : 33 6 09 67 81 92

Fax : 33 1 40 80 77 31

jms@spin-offandco.com

www.spin-offandco.com

102 rue Paul Déroulède - 92270 Bois-Colombes

Conseiller en Investissements Financiers enregistré sous le n° D004857
auprès de la CNCIF, Association agréée auprès de l'Autorité des Marchés Financiers