

Jeudi 21 Novembre 2019

STRATÉGIESNEWS
MARKETING COMMUNICATION MÉDIAS DIGITAL



L'ÉVÉNEMENT

Les agences ont été moins profitables en 2018

COMMUNICATION.

Stratégies publie ce jeudi 21 novembre son traditionnel classement des 500 premiers agences et médias de France. Côté agences, le palmarès fait en particulier apparaître un effondrement du résultat net cumulé des entreprises répertoriées, symbole du fait que les agences ne vont pas si bien malgré un chiffre d'affaires cumulé en hausse. Autre tendance que dessine le tableau : la concentration du marché. « 50 agences concentrant à elles seules presque 85 % du chiffre d'affaires », pointent Daniel Colé et Frédéric Assouline, associés au sein du cabinet conseil en stratégie et fusions-acquisitions Spin-Off&Co. Le top 20 ne change quasiment pas. Côté médias, les opérations de consolidation (rapprochements, rachats) ont été à l'ordre du jour en 2018. Citons, par exemple, l'acquisition d'Auféminin par TF1. Par ailleurs, le classement fait apparaître de nouveaux acteurs, comme Daniel Kretinsky de CMI qui a racheté les magazines de Lagardère ou *Marianne*, et pèse près de 320 millions d'euros de chiffre d'affaires. Nos classements et analyses sont à retrouver en intégralité dans *Stratégies* n° 2016 du 21 novembre.

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2019