



Toulouse. Sortie de crise et nouvelle stratégie pour **Abaques Audiovisuel**

Publié le lundi 4 juillet 2022 à 18h31min par [Béatrice Girard](#)

L'agence toulousaine retrouve sa croissance d'avant-crise et crée un GIE national pour adresser les appels d'offre d'envergure sur le marché de l'intégration audiovisuelle.



Pour Abaques, comme pour bien des entreprises du secteur événementiel, il y a un avant et un après Covid. L'agence mixte, experte en solutions globales d'audiovisuel et événementiel, a dû faire face à un coup d'arrêt d'une grande partie de ses activités en 2020. « Notre chiffre d'affaires est tombé, cette année-là, à 7,8 millions d'euros, contre 11,2 millions d'euros en 2019 et nous avons dû malheureusement licencier cinq collaborateurs faute d'activité suffisante », se remémore Stéphane Gambier, cofondateur d'Abaques avec Frédéric André. « Mais la surprise passée, nous nous sommes réinventés ! »

En effet, en 2022, les indicateurs de l'entreprise sont de nouveau au vert. Abaques a quasiment retrouvé ses effectifs d'avant-crise (43 collaborateurs), et réalisera un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros cette année. Au passage, la PME a changé de stratégie. Désormais, l'intégration représente 80 % de son activité, quand l'événementiel ne pèse plus que 20 %. « C'est un effet de la crise. Les clients ont pris l'habitude d'intégrer des solutions digitales ; et ce qui était hier un marché confidentiel est devenu incontournable



Une tendance qui n'est pas prête de s'inverser, puisque le recours à l'intégration devrait encore progresser de 20 % d'ici 2030 », estime Stéphane Gambier.

Se structurer au sein d'un GIE

Grande nouveauté dans ce secteur, de grands comptes type Bouygues, Vinci, Orange, etc., qui avaient jusqu'alors l'habitude de sous-traiter ce genre de prestations, créent désormais leurs départements internes dédiés à l'intégration de solutions digitales. Une évolution qui a rendu le marché ultraconcurrentiel et convaincu Abaques de se structurer au sein d'un GIE national pour se positionner sur des appels d'offres d'envergure. « Nous sommes à l'origine de la création d'AUVNI, un réseau de neuf intégrateurs de solutions audiovisuelles [1]. Cela nous permet d'être présents sur l'ensemble du territoire et de répondre à de gros appels d'offres face à de grands groupes. » Au sein d'AUVNI, chaque intégrateur garde son indépendance, mais le GIE regroupe vingt agences, 270 collaborateurs et 120 techniciens formés et certifiés.

Côté clientèle, Abaques a aussi élargi son champ d'action ces derniers mois, signant notamment le nouveau Customer Experience Studio de l'avionneur ATR, ainsi que les salles de conférences de la licorne Vestiaire Collective (en collaboration avec Les Bâisseurs). Enfin, l'entreprise poursuit sa stratégie en termes de RSE et achève son bilan carbone. « Dans cette optique, nous serons en mesure, dès la fin de l'année, de proposer à chacun de nos clients un bilan carbone prédictif de chacun des événements ou services que nous proposons. »

Béatrice Girard

Sur la photo : Stéphane Gambier, cofondateur d'Abaques. Passé la surprise de la pandémie, la PME toulousaine s'est réinventée. Crédit : Réseau Entreprendre Occitanie Garonne.