

Ranking UMA 2017 : légère baisse du volume net total UMA : -2%

Attention : les déclarations des agences sont basées sur des nouvelles règles de calcul des volumes.

Ranking des agences : Space reste en tête ; Havas Media entre dans le top 3

Space se maintient à la première place du ranking UMA, devant Initiative qui reste en deuxième place. Sur la troisième marche du podium s'installe Havas Media, qui change ainsi de position avec Carat. Avec une croissance de sa part de marché de + 17%, Mindshare avance d'une place en dépassant Zenith. UM en fait de même avec OMD et se met en septième position. PHD a connu la plus grande croissance (+ 81%) de son chiffre d'affaires, ce qui lui permet de prendre la onzième place, gravant 3 marches d'un coup. Signalons aussi la première apparition dans le ranking UMA de notre nouveau membre, Zigt.

Ranking UMA 2017 par agence

Rank 2017	Company	Billing		Evol. Ind. 17/16	% of total		Evol. % 17/16	Rank	Rank	Groups
		2017	2016		2017	2016		2016	2015	
1	Space	186,383,887	186,206,866	100	16.3	16.1	101	1	1	-
2	Initiative	123,077,456	127,950,740	96	10.8	11.1	97	2	2	Mediabrand
3	Havas Media	120,602,072	113,727,648	106	10.6	9.8	107	4	4	-
4	Carat	111,434,958	115,504,462	96	9.8	10.0	98	3	3	Dentsu Aegis Network
5	Mindshare	105,031,834	91,374,492	115	9.2	7.9	116	6	7	GroupM
6	Zenith	89,046,440	101,601,446	88	7.8	8.8	89	5	5	-
7	UM	84,672,658	82,610,272	102	7.4	7.1	104	8	9	Mediabrand
8	OMD	73,010,778	87,097,635	84	6.4	7.5	85	7	6	OmnicomMediaGroup
9	Vizeum	62,490,679	74,989,986	83	5.5	6.5	84	9	8	Dentsu Aegis Network
10	Wavemaker	50,646,520	53,492,408	95	4.4	4.6	96	10	10	GroupM
11	PHD	39,491,123	21,833,582	181	3.5	1.9	183	14	12	OmnicomMediaGroup
12	Maxus	38,143,421	46,764,955	82	3.3	4.0	83	11	11	GroupM
13	Semetis	23,715,707	29,532,062	80	2.1	2.6	81	12		OmnicomMediaGroup
14	Mediaplus	19,150,992	24,935,484	77	1.7	2.2	78	13	12	Serviceplan
15	Zigt	15,658,218	n.a.	n.a.	1.4	n.a.	n.a.			
	Total	1,142,556,742								
	Total same scope	1,126,898,524	1,157,622,038	97	100	100	100			

Afin de mieux refléter dans le ranking UMA les évolutions des pratiques commerciales du secteur, telles que la suppression des commissions et les nouveaux modèles de rémunération en achat programmatique, l'UMA a adapté les règles de calcul pour cette publication des chiffres 2017. Afin de pouvoir comparer correctement les tendances, les agences ont également recalculé les chiffres déclarés en 2016 selon ces nouvelles règles que vous trouvez ci-dessous. Toute comparaison avec les années avant 2016 n'est donc plus pertinente.

Ranking des groupes : Mediabrands en première place devant GroupM

Au niveau des groupes aussi, il y a du changement en tête du peloton. Mediabrands prend la tête (+1% de parts de marché) devant GroupM (+4%). Dentsu Aegis Network se retrouve en troisième position.

Notons encore la stabilité au niveau des nombres de personnes dans les équipes : les agences de l'UMA emploient plus de 800 équivalents temps plein.

Ranking UMA 2017 par groupe

Rank 2017	Group	Billing		Evol. Ind. 17/16	% of total		Evol. % 17/16	Rank 2016	Rank 2015	Staff (FTE)		
		2017	2016		2017	2016				2017	2016	Evol 17/16
1	Mediabrands	213,103,589	215,201,263	99	18.0	17.8	101	2	2	161.4	153.4	105.2
2	Group M	200,158,134	196,828,772	102	16.9	16.2	104	3	3	152.6	139.0	109.8
3	Dentsu Aegis Network	195,599,632	225,064,754	87	16.5	18.6	89	1	1	152.0	216.0	70.4
4	Space	186,383,887	186,206,866	100	15.7	15.4	102	4	4	97.3	84.1	115.7
5	OmnicomMediaGroup	136,217,608	138,463,279	98	11.5	11.4	101	5	5	96.9	93.6	103.6
6	Havas Media	120,602,072	113,727,648	106	10.2	9.4	108	6	6	65.0	71.0	91.5
7	Zenith	89,046,440	101,601,446	88	7.5	8.4	90	7	7	69.7	60.5	115.3
8	Serviceplan	21,798,974	27,376,966	80	1.8	2.3	81	8	8	14.0	10.0	140.0
9	Zigt	15,658,218	n.a.	n.a.	1.3					8.0		
	Total UMA	1,184,457,838	1,211,538,177	98	100.0	100.0	100			817.0	827.5	98.7

Filiales ou divisions contribuant aux chiffres repris dans le chiffre d'affaires par « groupe »

Dentsu Aegis Network : Dentsu Aegis Media (Local Focus & Isobar), Carat, Vizeum, Posterscope, iProspect

Remarque: NewWorld (V&V Partnership, Printix, Clickpoint, Applescene Creative Concepts) et Deep Blue ne sont pas repris dans le chiffre d'affaires (médias) alors que leurs équipes le sont dans les FTE.

GroupM : Mindshare, Wavemaker, Maxus, Kinetics

Mediabrands : Initiative, UM, Outdoor Services

Remarque : MAP et Futures ne sont pas repris dans le chiffre d'affaires (médias) alors que leurs équipes le sont dans les FTE.

Serviceplan: Mediaplus, Plan Net

OmnicomMediaGroup : OMD, PHD, Semetis

Les critères retenus pour la détermination du billing sont les suivants :

- Par « agence » : le chiffre d'affaires traditionnel, soit
 - les achats média nets; par achats média on entend ici : les achats dans les médias traditionnels et pour le digital, le display et le search
 - les achats à l'étranger, réalisés en direct par l'agence belge
 - les échanges gérés par l'agence, **valorisés à 80% de la valeur tarif** (échanges pour lesquels l'agence média peut prouver qu'elle a été rémunérée par l'annonceur -qui peut être ici un média- pour cette mission). Dans le cas d'échanges entre médias gérés par l'agence est exclue toute campagne commandée dans un autre média dont le média-annonceur est actionnaire à hauteur de **ne serait-ce que de 0,1%**
 - Achats programmatiques : les frais techniques et les revenus de l'agence sont déduits afin d'isoler la partie purement « média »
- Par « groupe » : le total du chiffre d'affaires de chacune de ses enseignes, intégrant les agences spécialisées telles que dans le Out of Home, Digital, Recherche ...

Pour tout contact :

Max Brouns, Secrétaire Général, tél : 0475 97 12 40

François Chaudoir tél : 02 663 57 30