

## Ranking UMA 2017: lichte daling van de totale netto UMA omzet: -2%

Opgelet: de gedeclareerde omzetcijfers van de mediabureaus zijn berekend op basis van herziene criteria

### Ranking van de agentschappen: Space blijft op kop; Havas Media stijgt naar de top 3

Space blijft de UMA-ranking aanvoeren, met grote voorsprong op Initiative die zich handhaaft op de tweede plaats. Op de derde trede van het podium staat Havas Media, die van positie wisselt met Carat. Door een groei van zijn marktaandeel met + 17%, stijgt Mindshare een plaats en wipt daarbij over Zenith. UM doet hetzelfde met OMD en neemt de zevende positie in. PHD kende in 2017 de grootste omzetgroei (+ 81%) en stijgt met 3 plaatsen naar de elfde positie. We verwelkomen Zigt als nieuw UMA-lid in de ranking.

### Ranking UMA 2017 mediabureaus

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.			
	<b>Total</b>	<b>1,142,556,742</b>								
	<b>Total same scope</b>	<b>1,126,898,524</b>	<b>1,157,622,038</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>			

Ten einde een nog meer betrouwbare weergave te bieden van de omzetten, werd de berekening van de UMA-ranking voor het jaar 2017 aangepast aan de evoluties van de commerciële praktijken in de mediasector, zoals de opheffing van de commissies en de nieuwe verdienmodellen voor 'programmatic buying'. Om een correcte vergelijking mogelijk te maken en de tendensen op de juiste manier te interpreteren, hebben de mediabureaus ook hun cijfers met betrekking tot 2016 herberekend volgens de nieuwe criteria die u kan vinden onderaan dit persbericht. Vergelijkingen met UMA-rankings van voor 2016 houden niet langer steek.

## Ranking van de groepen: Mediabrands neemt de leiderspositie, GroupM wordt tweede

In de ranking van de groepen is er ook beweging in het koppeloton. Mediabrands (+1% marktaandeel) staat op kop, voor GroupM (+4%). Dentsu Aegis Network wordt derde. We onderlijnen nog de stabiliteit van het totale aantal personen in de teams van de UMA mediabureaus: het personeelsbestand van onze leden omvat meer dan 800 voltijdse betrekkingen.

### Ranking UMA 2017 groepen

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		
	<b>Total UMA</b>	<b>1,184,457,838</b>	<b>1,211,538,177</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>			<b>817.0</b>	<b>827.5</b>	<b>98.7</b>

#### Filialen of divisies die bijdragen tot de cijfers die in de omzet per groep opgenomen zijn

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

*Opmerking: NewWorld (V&V Partnership, Printix, Clickpoint, Applescene Creative Concepts) en Deep Blue zijn niet mee in de omzetcijfers opgenomen maar hun teams worden wel meegerekend in het totale aantal FTE.*

GroupM: Mindshare, Wavemaker, Maxus, Kinetics

Mediabrands: Initiative, UM, Outdoor Services

*Opmerking: MAP en Futures zijn niet mee in de omzetcijfers opgenomen maar teams worden wel meegerekend in het totale aantal FTE.*

Serviceplan: Mediaplus, Plan Net

OmnicomMediaGroup: OMD, PHD, Semetis

#### De criteria die weerhouden werden om de billings te bepalen, zijn de volgende:

- Per 'mediabureau': het traditionele omzetcijfer, m.a.w.
  - netto media-aankopen; Onder media-aankopen wordt hier verstaan: de aankopen in de traditionele media, alsook voor digital, display en search
  - ruilovereenkomsten beheerd door het bureau, gevaloriseerd op 80 % van de tariefwaarde (ruilovereenkomsten waarvoor het bureau kan bewijzen dat het voor die opdracht door de adverteerder – die hier een medium kan zijn – betaald werd).  
*In het geval van ruilovereenkomsten tussen media die door het bureau beheerd worden, wordt elke campagne uitgesloten die in een ander medium besteld werd waarvan de media-adverteerder aandeelhouder is (al was het maar voor 0,1 %).*
  - de aankopen in het buitenland, rechtstreeks uitgevoerd door het Belgische bureau
- Per 'groep': de totale omzet van elk van de 'mediabureaus', met inbegrip van de gespecialiseerde bureaus, b.v. in Out of Home, Digital, Research, ...

Voor alle vragen:

Max Brouns, Algemeen Secretaris,  
François Chaudoir

tel: 0475 97 12 40  
tel: 02 663 57 30