

SERVICEPLAN GROUP ENREGISTRE UNE IMPRESSIONNANTE CROISSANCE DE 19%

Le plus grand réseau d'agences indépendantes en Europe et lauréat du prix "Réseau Indépendant de l'Année" à Cannes Lions 2022 a annoncé une augmentation substantielle de ses revenus pour l'exercice 2022/2023. Malgré les difficultés économiques mondiales, le groupe continue de croître, porté par son engagement en faveur de l'internationalisation, de la numérisation et de son approche unique de 'House of Communication' intégrée.

Le groupe Serviceplan, qui englobe des marques d'agences telles que Serviceplan, Mediaplus et Plan.Net, et opère dans 17 marchés mondiaux, a déclaré un chiffre d'affaires de 739 millions d'euros pour l'exercice 2022/2023 se terminant en juin. Cela représente une augmentation significative de 19 % par rapport aux 623 millions d'euros de l'année précédente.

Il est à noter que cette croissance s'est produite dans ce qui était prévu être une "année à haut risque" pour l'industrie de la publicité, avec des taux d'inflation élevés, une retenue des consommateurs et des budgets clients réduits en raison des incertitudes politiques et économiques persistantes.

Le groupe **Serviceplan Belux** a réalisé une autre prouesse remarquable cette année, avec une augmentation de 7 % de sa croissance en tête de liste. Le secteur industriel en Belgique et au Luxembourg, y compris le groupe Serviceplan Belux, a dû faire face à l'impact de l'indexation automatique des salaires des employés, ce qui a entraîné une diminution des bénéfices nets. Cependant, de telles marges bénéficiaires plus étroites sont devenues la norme dans l'industrie de la communication et des médias. Malgré un environnement économique moins favorable, le groupe Serviceplan Belux est resté résilient, a accru sa part de marché et renforcé sa position en tant que 7ème agence intégrée (ranking ACC), avec un revenu d'agence de 13 millions d'euros et une équipe de 120 collègues dévoués.

Peter Vande Graveele, managing partner Serviceplan Group Belux : "Malgré les défis macro-économiques rencontrés au cours de l'exercice financier le plus récent se terminant le 30 juin 2023, le groupe Serviceplan Belux a réussi à naviguer dans des conditions difficiles et à enregistrer une croissance significative de 7 %."

DÉFIER LA TENDANCE : LE GROUPE SERVICEPLAN CONTINUE DE CROÎTRE

Florian Haller, PDG du groupe Serviceplan, met les chiffres actuels en perspective : "Le fait que nous ayons pu si bien nous maintenir dans l'environnement difficile actuel et clôturer notre exercice financier avec une croissance définitive des revenus me remplit d'une immense fierté."

Haller identifie trois facteurs de succès décisifs pour la croissance : "Nous avons pu faire d'importants progrès dans la numérisation de toutes les marques d'agence. En prenant des mesures importantes dans l'internationalisation du groupe d'agences, nous avons également considérablement élargi notre empreinte mondiale, et par conséquent, renforcé notre profil international. Les récompenses telles que "Réseau Indépendant de l'Année" à Cannes Lions en 2022 et "Réseau Indépendant Global de l'Année" aux LIA le prouvent."

En plus de l'internationalisation continue du groupe Serviceplan, qui a été stimulée davantage au cours de l'exercice financier 2022/2023 par l'ouverture de House of Communication à New York en particulier, Haller cite le concept des "Houses of Communication" comme troisième facteur contribuant au succès et à la croissance au cours de l'exercice fiscal : "Nous grandissons parce que nous sommes en mesure d'offrir des solutions complètes de bout en bout pour nos clients. Grâce à l'interaction de la Création & du Contenu, des Médias & des Données, et de l'Expérience Numérique & de la Technologie dans nos Houses of Communication, nous sommes compétitifs, uniques et finalement couronnés de succès."

LES NOUVEAUX CLIENTS ALIMENTENT LA CROISSANCE AU BELUX

Une fois de plus cette année, nous avons remporté des victoires remarquables auprès de marques prestigieuses. **Mediaplus Belux**, spécialisée dans les médias et les données, a remporté le compte Decathlon pour la Belgique et le Luxembourg, ainsi que le client belge local C&A, dans le cadre d'une compétition paneuropéenne pour les médias off line. Cela a permis à Mediaplus d'accroître son expertise dans le secteur de la vente au détail. Pendant ce temps, **Serviceplan Belux**, axée sur la créativité et le contenu, a décroché le compte MARS et a été nommée agence principale pour la région BEACH (Belux, Autriche et Suisse) par ce géant de la grande consommation, principalement pour les campagnes axées sur la Promotion Client et Marketing Shopper de toutes les unités commerciales, y compris les aliments et ceux pour animaux de compagnie ainsi que les collations.

LA 'GOOD LINE'

Un autre jalon important a été le nouveau programme holistique de durabilité du groupe "The Good Line", qui peut être adapté aux besoins individuels tout au long du parcours de durabilité de chaque entreprise. Le programme, qui couvre tous les services de conseil et de communication dans les domaines des données, de la campagne, de la marque, des médias et du numérique au sein de toutes les agences, est appelé à s'étendre encore davantage.

La House of Communication Belux se démarque comme un lieu de travail exceptionnel ! Tout comme d'autres agences de premier plan de l'industrie, Serviceplan Belux s'est adaptée aux exigences en constante évolution et aux préférences des collègues au cours de l'ère post-Covid. Le travail à distance est devenu la norme, et les réunions hybrides ont émergé comme une pratique prédominante, reflétant les temps

L'obtention du label et de la certification "**Great Place to Work**" n'a pas été vraiment une surprise, reflétant notre engagement envers une atmosphère de travail épanouissante.

PERSPECTIVES POUR 2023/2024 : PRUDENCE OPTIMISTE

Florian Haller estime que le groupe Serviceplan est bien positionné pour relever les défis de l'avenir : "Nous constatons la complexité continue des problèmes, le rythme rapide et les incertitudes qui touchent de nombreuses personnes. Nous abordons tous ces défis avec notre agilité, notre force d'innovation et notre véritable curiosité pour les nouveautés."

Trois thèmes futurs sont en tête de l'agenda du groupe Serviceplan :

1. Production Créative

Des normes ont été établies au cours de l'exercice financier précédent avec la création et l'expansion de l'unité mondiale de production Serviceplan MAKE, qui est profondément intégrée aux services créatifs, numériques et médiatiques du groupe. "Notre capacité à produire des assets créatifs et à utiliser l'intelligence artificielle (IA) dans la création et l'exécution rend nos services dans le domaine de la Production d'Assets Créatifs prêts pour l'avenir", explique Haller. Une des priorités est la mise en place de Make.OS, une plateforme développée en interne qui utilise l'IA pour garantir une communication efficace, des retours en temps réel et des processus d'approbation automatisés.

2. Approche basée sur les données

Un élément clé du groupe Serviceplan au cours des prochaines années sera la mise en place de processus intégrés en temps réel, de tableaux de bord et de la production d'assets basés sur les données pour les clients. Toutes les données le long du parcours client, et de tous les domaines du groupe d'agences, sont intégrées : création, médias, UX, CRM. "Notre objectif ici est d'utiliser des profils individuels basés sur les données dans les médias grâce à l'IA et de les adapter en temps réel", explique le PDG Florian Haller.

3. Collaboration Internationale

Sous le terme générique "Collaboration Internationale", l'objectif du groupe est d'élargir et de mettre en place des services et des capacités dans le domaine de la technologie à l'échelle internationale. Sous la bannière de "Plan.Net TechNest", des équipes sont déjà actives en Allemagne, en Inde, en Pologne et en Roumanie, proposant des solutions personnalisées dans différents endroits avec un accent sur la mise en œuvre et la maintenance. "D'un côté, nous répondons à la demande croissante de nos clients en matière de services de technologie et d'expérience numérique, tout en faisant face à la pénurie énorme de main-d'œuvre qualifiée dans ce secteur. De cette manière, la collaboration internationale rend les services fournis par nos Maisons de Communication encore plus attrayants pour nos clients", déclare Haller.

LE BENELUX COMME UN AVANTAGE COMPÉTITIF SUR UN MARCHÉ GLOBALISANT

Nos Houses of Communication à Bruxelles et à Amsterdam restent déterminées à identifier les efficacités qui améliorent l'expérience des clients et des collègues. Dans les marchés belge et néerlandais, nos équipes continuent de cultiver des cultures distinctes adaptées à chaque lieu. Les réponses personnalisées pour les clients locaux en Belgique et aux Pays-Bas restent une priorité, même si notre offre Benelux transcende les concepts théoriques et offre des efficacités tangibles transfrontalières pour les clients. Cela se manifeste déjà dans les partenariats avec L'Oréal Benelux et BMW & MINI en Belgique et aux Pays-Bas.

En exploitant l'expertise de nos équipes belges et néerlandaises, nous renforçons notre efficacité opérationnelle et ouvrons de nouvelles perspectives d'innovation et d'efficacité commerciale pour

nos clients. À l'avenir prévisible, notre offre Benelux élèvera à la fois Amsterdam et Bruxelles au rang de pôles internationaux où la créativité et l'innovation prospèrent, contribuant ainsi davantage à l'expansion mondiale du groupe Serviceplan.

Très récemment, **Serviceplan Belux** s'est associé à **Ludwig** au Luxembourg pour former l'agence de communication Serviceplan Belux x Ludwig. L'alliance des deux agences, Serviceplan et Ludwig, est née de l'ambition commune de créer de nouvelles opportunités de communication au Grand-Duché. Grâce à ce partenariat, Serviceplan Belux x Ludwig proposera désormais à ses clients une offre de communication à 360° comprenant des compétences internes en création, production, média, digital et stratégie, appuyées par une connaissance approfondie du marché luxembourgeois.