

SERVICEPLAN GROUP REGISTREERT INDRUKWEKKENDE GROEI VAN 19%

Het grootste netwerk van onafhankelijke agentschappen in Europa en winnaar van de prijs "Independent Network of the Year" op het Cannes Lions Festival 2022 heeft aangekondigd dat het aanzienlijke inkomstengroei heeft gerealiseerd voor het boekjaar 2022/2023. Ondanks de wereldwijde economische uitdagingen blijft de groep groeien, gedreven door zijn inzet voor internationalisering, digitalisering en zijn unieke benadering van een geïntegreerd 'House of Communication'.

De Serviceplan Group, met merken als Serviceplan, Mediaplus en Plan.Net en actief in 17 wereldwijde markten, heeft een omzet van 739 miljoen euro aangekondigd voor het boekjaar 2022/2023 dat eindigde in juni laatsleden. Dit vertegenwoordigt een significante stijging van 19% ten opzichte van de 623 miljoen euro van het voorgaande jaar.

Het is opmerkelijk dat deze groei plaatsvond in wat werd verwacht als een "hoogrisicojaar" voor de reclame-industrie, met hoge inflatiecijfers, terughoudendheid van consumenten en verlaagde klantenbudgetten als gevolg van aanhoudende politieke en economische onzekerheden.

De groep **Serviceplan Belux** heeft dit jaar opnieuw een opmerkelijke prestatie geleverd, met een stijging van 7% in de topgroei. De industriële sector in België en Luxemburg, inclusief de Serviceplan Belux-groep, kreeg af te rekenen met de impact van de automatische indexering van de lonen van werknemers, wat heeft geleid tot een afname van de nettowinst. Niettemin zijn dergelijke smallere winstmarges de norm geworden in de communicatie- en mediaindustrie. Ondanks een minder gunstige economische omgeving is de Serviceplan Belux-groep veerkrachtig gebleven, heeft ze haar marktaandeel vergroot en haar positie versterkt als het 7e geïntegreerde bureau (ranking ACC), met een bureauomzet van 13 miljoen euro en een team van 120 toegewijde collega's.

Peter Vande Graveele, managing partner Serviceplan Group Belux: "Ondanks de macro-economische uitdagingen waarmee we werden geconfronteerd tijdens het meest recente financiële jaar, eindigend op 30 juni 2023, slaagde de Serviceplan Group Belux erin om te navigeren in moeilijke omstandigheden en een significante groei van 7% te realiseren."

DE UITDAGING AANGAAN: DE SERVICEPLAN GROEP BLIJFT GROEIEN

Florian Haller, CEO van de Serviceplan Groep, plaatst de huidige cijfers in perspectief: "Het feit dat we ons zo goed hebben kunnen handhaven in de huidige moeilijke omgeving en ons financiële jaar hebben kunnen afsluiten met een definitieve omzetgroei, vervult me met immense trots."

Haller benoemt drie cruciale succesfactoren voor groei: "We hebben aanzienlijke vooruitgang geboekt in de digitalisering van alle bureau merken. Door belangrijke stappen te zetten in de internationalisering van de bureaugroep, hebben we ook aanzienlijk onze wereldwijde aanwezigheid uitgebreid en daarmee ons internationale profiel versterkt. Prijzen zoals "Independent Network of the Year" bij Cannes Lions in 2022 en "Independent Global Network of the Year" bij de LIA bewijzen dit."

Naast de voortdurende internationalisering van de Serviceplan-groep, die verder werd gestimuleerd tijdens het boekjaar 2022/2023 door met name de opening van House of Communication in New York, noemt Haller het concept van "House of Communication" als de derde factor die bijdraagt aan succes en groei tijdens het boekjaar: "We groeien omdat we in staat zijn end-to-end oplossingen te bieden voor onze klanten. Dankzij de interactie tussen Creatie & Content, Media & Data, en Digitale Ervaring & Technologie in onze Houses of Communication zijn we competitief, uniek en uiteindelijk succesvol."

DE NIEUWE KLANTEN STIMULEREN DE GROEI IN BELUX

Dit jaar hebben we opnieuw opmerkelijke overwinningen behaald bij prestigieuze merken. **Mediaplus Belux**, gespecialiseerd in media en gegevens, heeft de Decathlon-account gewonnen voor België en Luxemburg, evenals de lokale Belgische klant C&A, in een pan-Europese competitie voor offline media. Dit heeft Mediaplus in staat gesteld om haar expertise op het gebied van de detailhandel te vergroten. Ondertussen heeft **Serviceplan Belux**, gericht op creativiteit en inhoud, de MARS-account binnengehaald en is benoemd tot het belangrijkste bureau voor de BEACH-regio (Belux, Oostenrijk en Zwitserland) door deze FMCG-reus, voornamelijk voor customer promotions en shopper marketing van alle business units, inclusief voedsel- en huisdierenproducten, evenals snacks.

DE 'GOOD LINE'

Een andere belangrijke mijlpaal was het nieuwe holistische duurzaamheidsprogramma van de groep "**The Good Line**", dat kan worden aangepast aan de individuele behoeften gedurende de hele duurzaamheidsreis van elk bedrijf. Het programma, dat alle advies- en communicatiediensten beslaat op het gebied van data, campagnes, merk, media en digitaal binnen alle bureaus, staat op het punt om verder uit te breiden.

House of Communication Belux onderscheidt zich als een uitzonderlijke werkplek! Net als andere toonaangevende bureaus in de branche heeft Serviceplan Belux zich aangepast aan de voortdurend veranderende eisen en voorkeuren van collega's in het post-Covid-tijdperk. Werken op afstand is de norm geworden, en hybride vergaderingen zijn naar voren gekomen als een dominante praktijk die de tijd weerspiegelt.

Het behalen van het label en de certificering "**Great Place to Work**" was geen echte verrassing en weerspiegelt ons streven naar een plezierige werkomgeving.

HET PERSPECTIEF VOOR 2023/2024: VOORZICHTIGE OPTIMISME

Florian Haller is van mening dat de Serviceplan Groep goed gepositioneerd is om de uitdagingen van de toekomst aan te gaan: "We zien voortdurende complexiteit van problemen, het snelle tempo en de onzekerheden die veel mensen treffen. We benaderen al deze uitdagingen met onze wendbaarheid, innovatiekracht en oprechte nieuwsgierigheid naar nieuwe ontwikkelingen."

Drie toekomstige thema's staan bovenaan de agenda van de Serviceplan Groep:

1. Creatieve Productie

Normen zijn vastgesteld tijdens het afgelopen financiële jaar met de oprichting en uitbreiding van de wereldwijde productie-eenheid Serviceplan MAKE, die diep geïntegreerd is in de creatieve, digitale en mediadiensten van de groep. "Onze mogelijkheid om creatieve assets te produceren en kunstmatige intelligentie (AI) te gebruiken in creatie en uitvoering maakt onze diensten op het gebied van creatieve assetproductie klaar voor de toekomst", legt Haller uit. Een van de prioriteiten is de implementatie van Make.OS, een intern ontwikkeld platform dat AI gebruikt om effectieve communicatie, real-time feedback en geautomatiseerde goedkeuringsprocessen te waarborgen.

2. Benadering gebaseerd op data

Een sleutelaspect van de Serviceplan Group in de komende jaren zal de implementatie zijn van geïntegreerde realtime processen, dashboards en de productie van op gegevens gebaseerde assets voor klanten. Alle gegevens langs de customer journey en in alle gebieden van de agentschapsgroep zijn geïntegreerd: creatie, media, UX, CRM. "Ons doel hier is om individuele datagebaseerde profielen te gebruiken in media met behulp van AI en deze realtime aan te passen," legt CEO Florian Haller uit.

3. Internationale samenwerking

Onder de algemene term "Internationale Samenwerking" is het doel van de groep om internationaal diensten en capaciteiten op het gebied van technologie uit te breiden en te implementeren. Onder de vlag van "Plan.Net TechNest" zijn teams al actief in Duitsland, India, Polen en Roemenië, waar ze op verschillende locaties op maat gemaakte oplossingen aanbieden met de nadruk op implementatie en onderhoud. "Enerzijds spelen we in op de groeiende vraag van onze klanten naar technologische diensten en digitale ervaring, terwijl we anderzijds te maken hebben met een enorm tekort aan gekwalificeerd personeel in deze sector. Op deze manier maakt internationale samenwerking de diensten die onze Communicatiehuizen aanbieden nog aantrekkelijker voor onze klanten", aldus Haller.

DE BENELUX ALS EEN CONCURRENTIEVOORDEEL OP EEN GLOBALISERENDE MARKT

Onze Houses of Communication in Brussel en Amsterdam blijven vastbesloten om efficiënties te identificeren die de ervaring van klanten en collega's verbeteren. In de Belgische en Nederlandse markten blijven onze teams distincte culturen cultiveren die passen bij elke locatie. Op maat gemaakte antwoorden voor lokale klanten in België en Nederland blijven een prioriteit, zelfs als ons aanbod voor de Benelux theoretische concepten overstijgt en tastbare grensoverschrijdende efficiënties biedt voor klanten. Dit komt al tot uiting in partnerschappen met L'Oréal Benelux en BMW & MINI in België en Nederland.

Door gebruik te maken van de expertise van onze Belgische en Nederlandse teams versterken we onze operationele efficiëntie en openen we nieuwe perspectieven voor innovatie en zakelijke

efficiëntie voor onze klanten. In de nabije toekomst zal ons Benelux-aanbod zowel Amsterdam als Brussel verheffen tot internationale knooppunten waar creativiteit en innovatie gedijen, wat verder bijdraagt aan de globale expansie van de Serviceplan Groep.

Onlangs is **Serviceplan Belux** een partnership aangegaan met **Ludwig** in Luxemburg om het communicatiebureau Serviceplan Belux x Ludwig te vormen. De alliantie van de twee bureaus, Serviceplan en Ludwig, is ontstaan uit de gemeenschappelijke ambitie om nieuwe communicatiemogelijkheden in het Groothertogdom te creëren. Dankzij deze samenwerking zal Serviceplan Belux x Ludwig haar klanten nu een 360° communicatieaanbod aanbieden, inclusief interne expertise op het gebied van creatie, productie, media, digitaal en strategie, ondersteund door diepgaande kennis van de Luxemburgse markt.