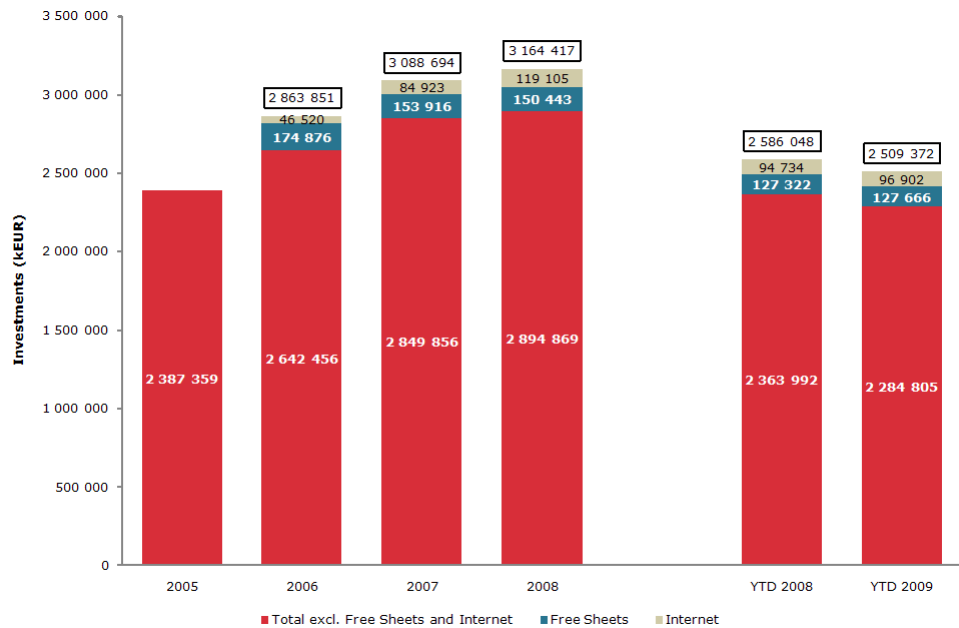


Investissements publicitaires octobre 2009

Le total des investissements publicitaires de la période janvier-octobre s'élève à environ 2.5 milliard d'Euros, soit 3.0% de moins que l'an dernier.

Évolution du total des investissements publicitaires



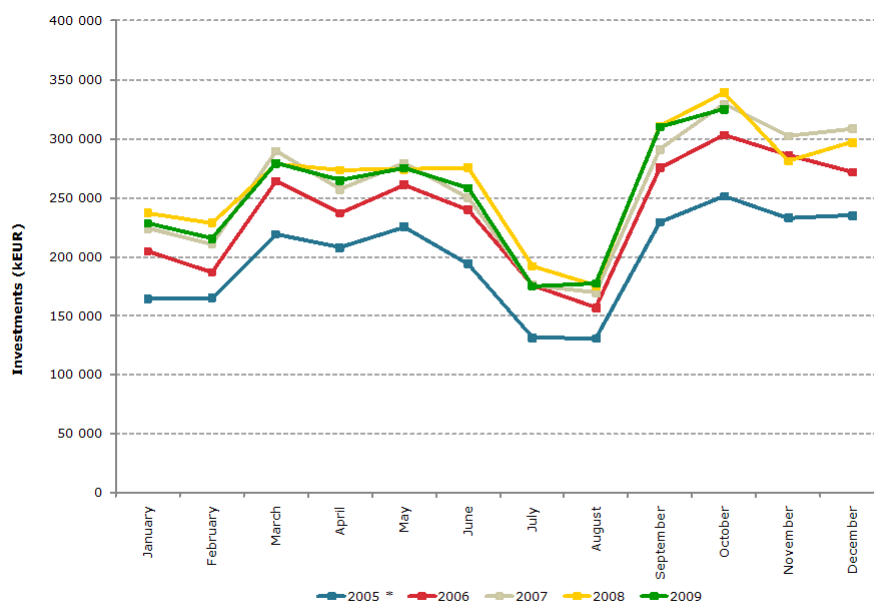
Pour le mois d'octobre, le montant des investissements publicitaires s'élève à 325 millions d'Euros, soit 5% de plus que le mois dernier, mais 4% de moins qu'en octobre 2008.

Toutefois, il nous faut à nouveau signaler que des données manquent: les investissements de Pebble Media n'ont pas été repris en octobre et ceux de TrustMedia font défaut pour septembre et octobre en ce qui concerne la partie Internet. Pebble Media a également signalé que les données de juillet auraient été sous-évaluées. La plus grande prudence s'impose donc dans l'analyse.

Ensuite, de nouveaux titres ont fait leur entrée dans la CIM MDB et une série d'autres en sont sortis:

- Nouveau à partir du 1/10/2009: la chaîne pour enfants vtmKzoom et les sites Web elsibel, playstationpure, manoeuvre et thepulpshow
- Ne sont plus répertoriés à partir du 1/10/2009: les sites Web auto-on-net, fitfixers, vlan et soironline
- Ne sont plus répertoriés à partir du 13/10/2009: les sites Web LaUne et LaDeux (qui devraient à l'avenir se voir déclarés par PebbleMedia, probablement sous forme d'une nouvelle combinaison : rtbftv)

Évolution mensuelle des investissements publicitaires



(*) 2005 excl. Internet and Free Sheets

En octobre, le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport enregistre la part la plus importante des investissements publicitaires (25%), suivi, de loin, par l'Alimentation (15%), la Distribution (15%) et les Services (13%).

Par rapport au mois dernier, la Distribution et les Services constituent les groupes économiques dont la part des investissements publicitaires a le plus augmenté: +2.4 et +1.7 points de pourcentage. Cette croissance est toutefois relative: la part de la Distribution demeure plutôt stable par rapport à l'an dernier (+0.4 point) et celle des Services diminue un peu (-0.9 point). Ce sont les groupes économiques Beauté-Hygiène et

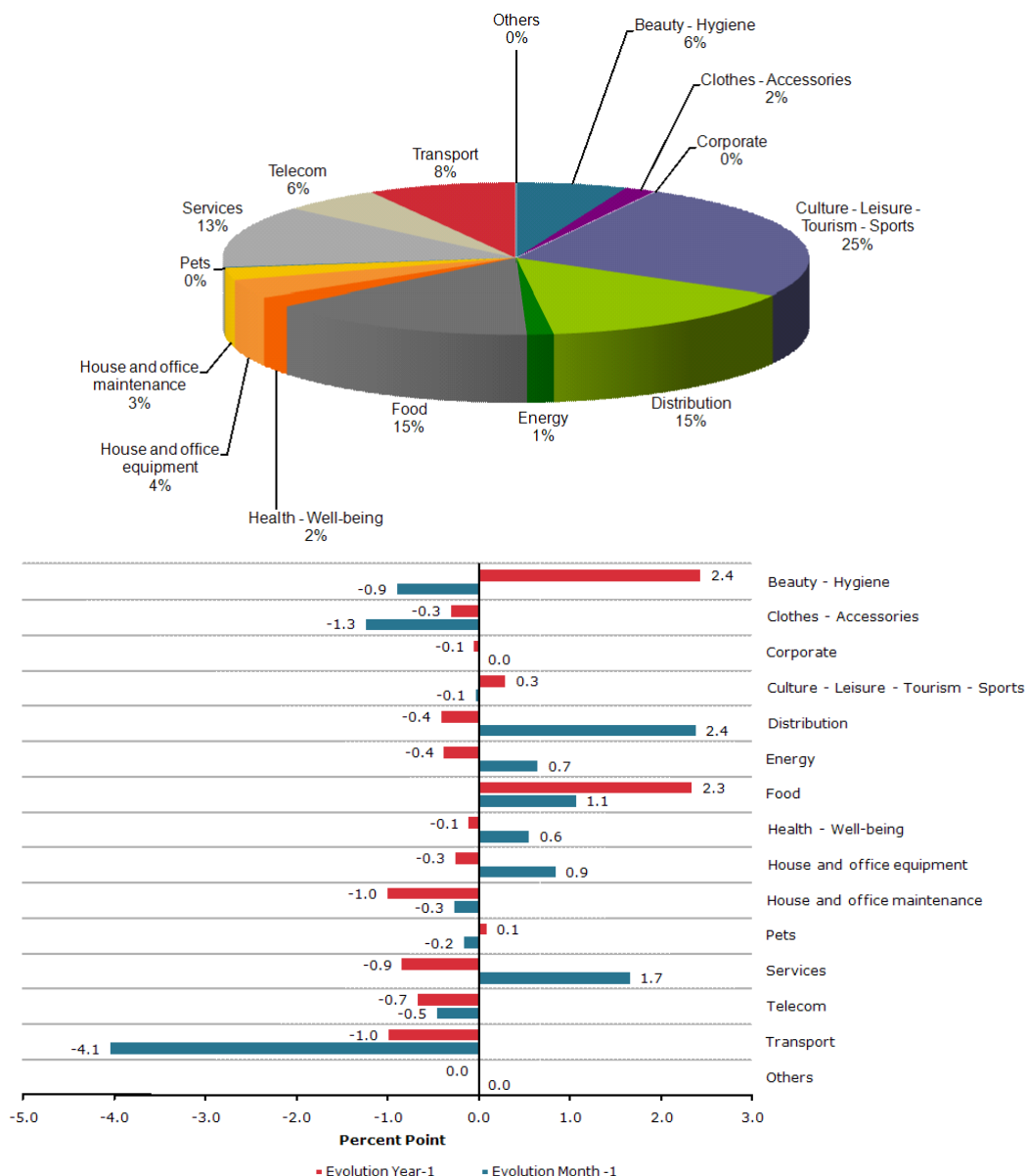
Alimentation qui voit leur part croître le plus fortement par rapport à l'an dernier: +2.4 en +2.3 points de pourcentage. Pas de recul très marqué en revanche ; la part du groupe Transport diminue fortement par rapport au mois dernier (-4.1 points), mais retrouve un niveau d'un point inférieur à l'an dernier.

Sur la période janvier-octobre, le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport demeure le plus important (26%), suivi de la Distribution (15%), des Services et de l'Alimentation (13% chacun).

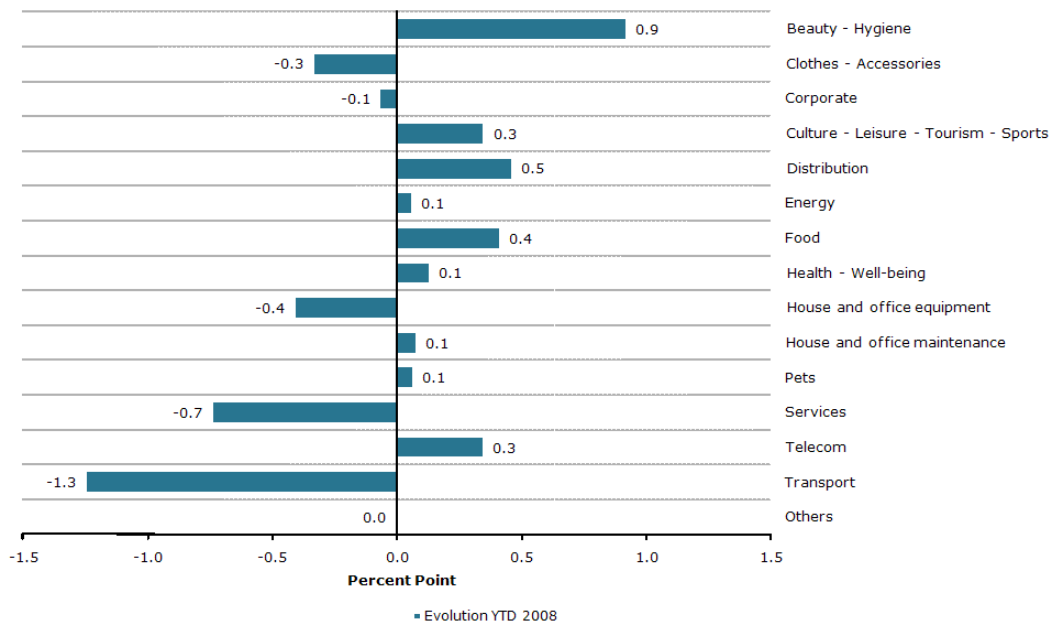
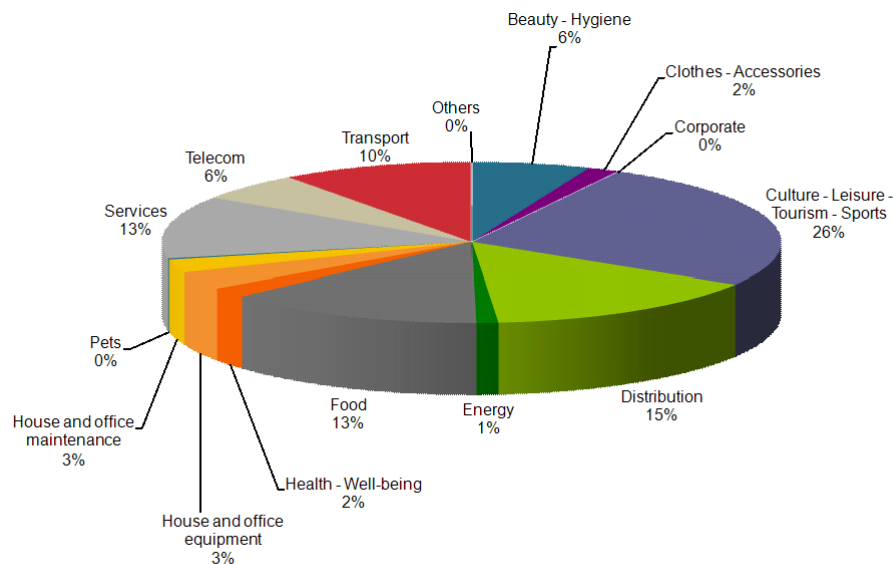
Par rapport à l'an dernier, à la même période, c'est la part du groupe Beauté-Hygiène qui affiche la plus forte progression (+0.9 point), alors que le Transport accuse le plus fort recul (-1.3 point de pourcentage).

Évolution des investissements publicitaires par groupe économique

Octobre 2009



YTD 2009

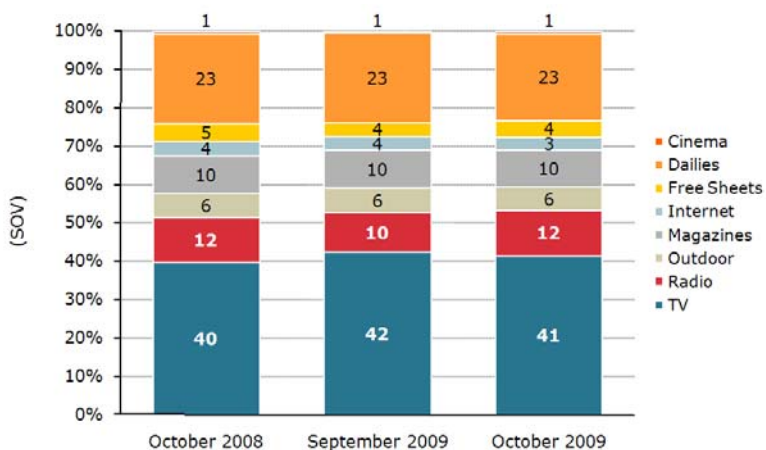
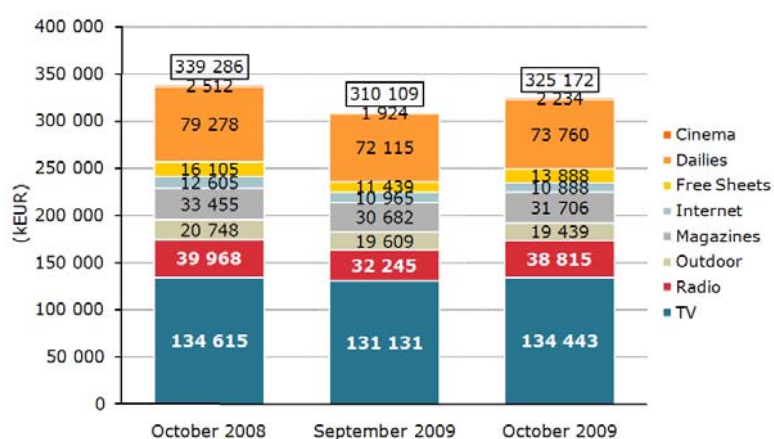


En ce qui concerne les médias, c'est en télévision que nous retrouvons la part la plus importante des investissements d'octobre: environ 134 millions, soit 41% des investissements. La part de ce média se réduit par rapport au mois dernier (-0.9 point), mais elle connaît la plus forte croissance par rapport à l'an dernier; +1.7 point. Les journaux et la presse régionale gratuite semblent les plus touchés; la part de la presse régionale gratuite recule légèrement (-0.5 point), malgré une petite progression par rapport au mois dernier, alors que la part des journaux perd 0.7 point.

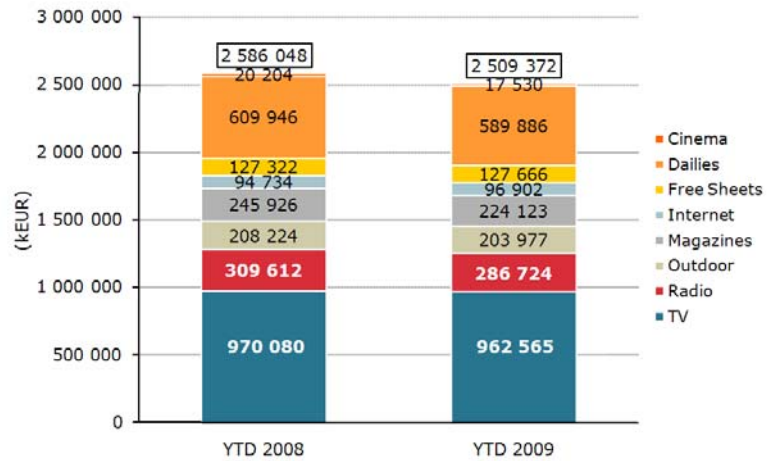
Si l'on considère janvier-octobre, en glissement annuel, c'est la part de la télévision qui affiche la plus forte progression (+0.8 point), alors que les magazines et la radio connaissent le recul le plus marqué (respectivement -0.6 et 0.5 point).

Évolution des investissements publicitaires par média

Octobre 2009



YTD 2009



Source: CIM MDB

Éditeurs responsables:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OMD Belgium

1, rue Charles Lemaire
B-1160 Bruxelles

Tel: +32 (0) 2 678 25 52
Fax: +32 (0) 2 678 25 99

E-mail: Research.Belgium@OmnicomMediaGroup.com