

ONMEDIA

AdRem Flash

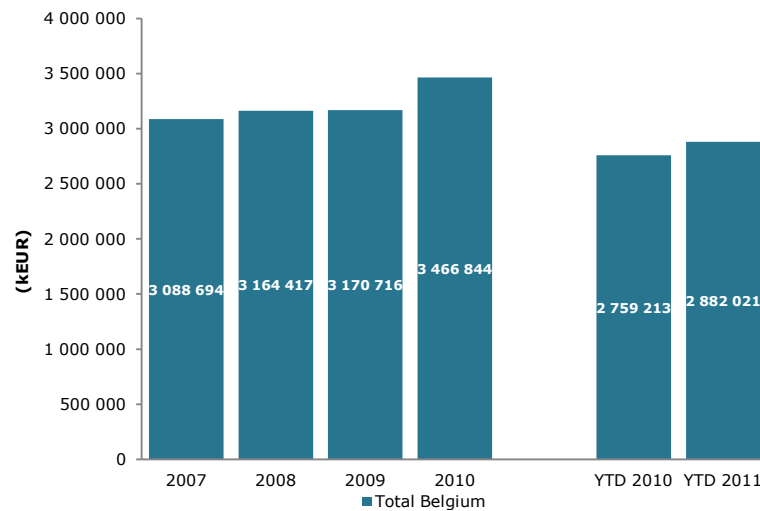
OMD newsletter

16 décembre 2011

Investissements publicitaires octobre 2011

Les investissements publicitaires de la période janvier-octobre s'élèvent à près de 2.9 milliards d'euros, soit 4.6% de plus que l'an dernier.

Évolution du total des investissements publicitaires

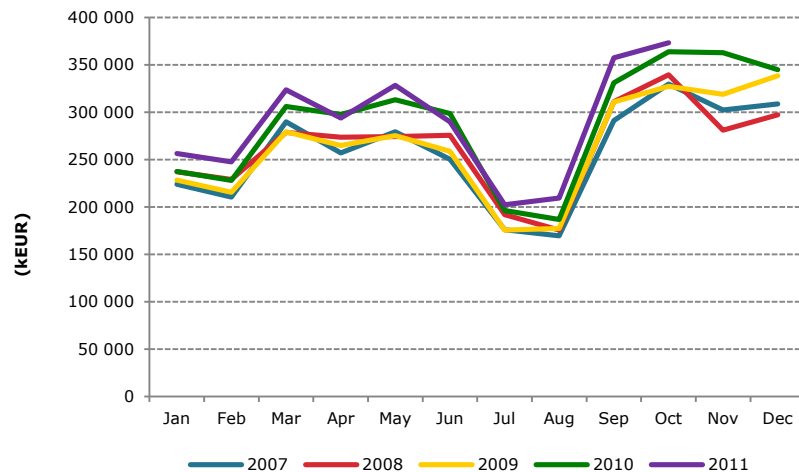


Au mois d'octobre, le montant investi se monte à 356 millions d'euros, soit 5% de plus que le mois dernier et 3% de plus que l'an dernier.

Il nous faut toutefois signaler que:

- les investissements de Acht manquent pour la période juillet-octobre
- les investissements des panneaux 8m² et 20 m² de Clear Channel que Belgian Posters commercialise depuis juillet ont été intégrés aux données

Évolution mensuelle des investissements publicitaires



Le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport représente la part la plus importante des investissements publicitaires du mois d'octobre: 25%, soit 3.6 points de plus que le mois dernier, mais un chiffre assez comparable à celui de l'an dernier (-0.5 point).

En ce qui concerne les autres groupes économiques, c'est l'Alimentation qui, après Culture, tourisme, loisirs et sport, enregistre la plus forte croissance par rapport au mois dernier : +1.5 point de pourcentage, soit 0.6 point de plus que l'an dernier.

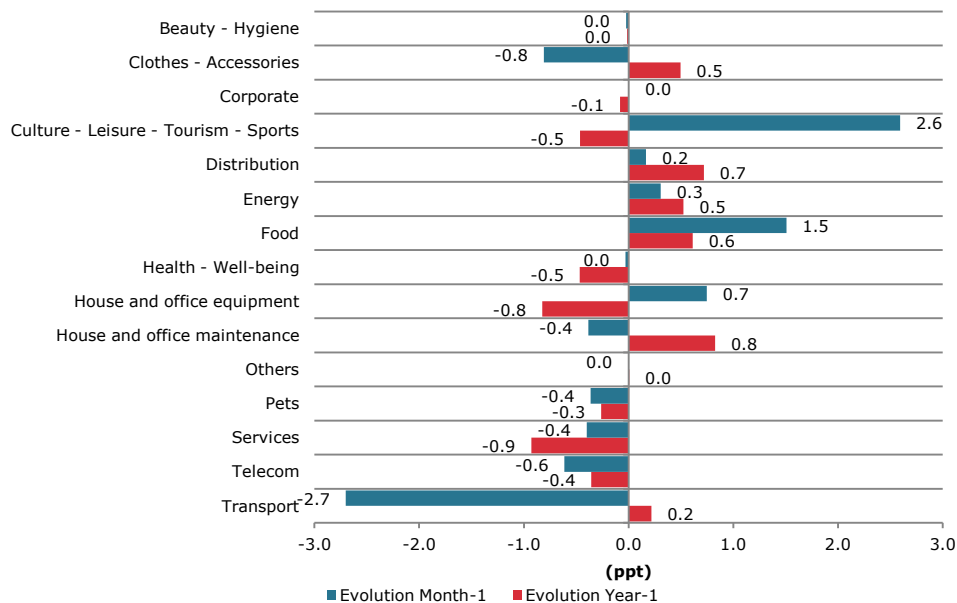
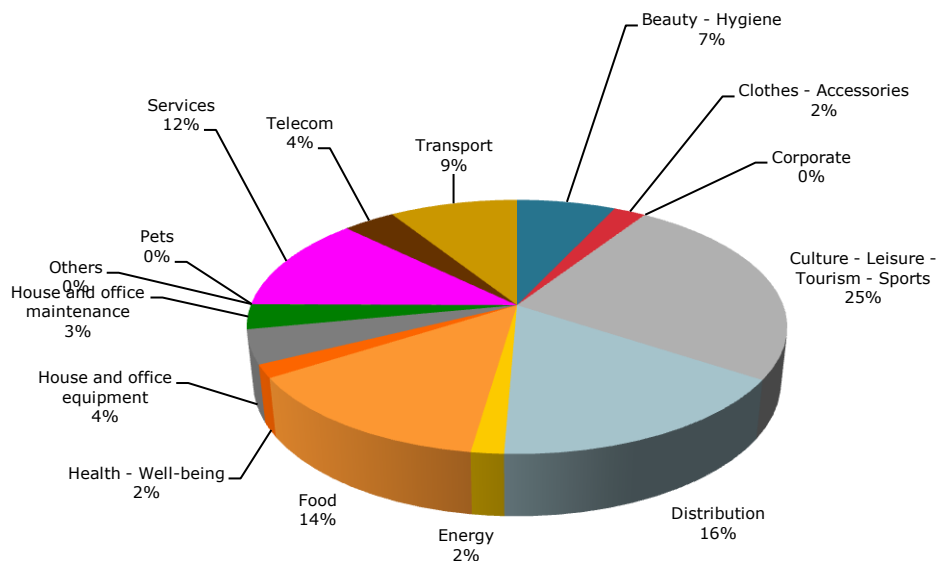
En glissement annuel, ce sont les groupes économiques Entretien maison-bureau et Distribution qui affichent la plus forte croissance : +0.8 et +0.7 point.

Du côté des groupes en recul, nous retrouvons principalement le groupe économique Transport. Toutefois, malgré une diminution de 2.7 points par rapport au mois dernier, le groupe se situe à un niveau relativement similaire à celui de l'an dernier : +0.2 point.

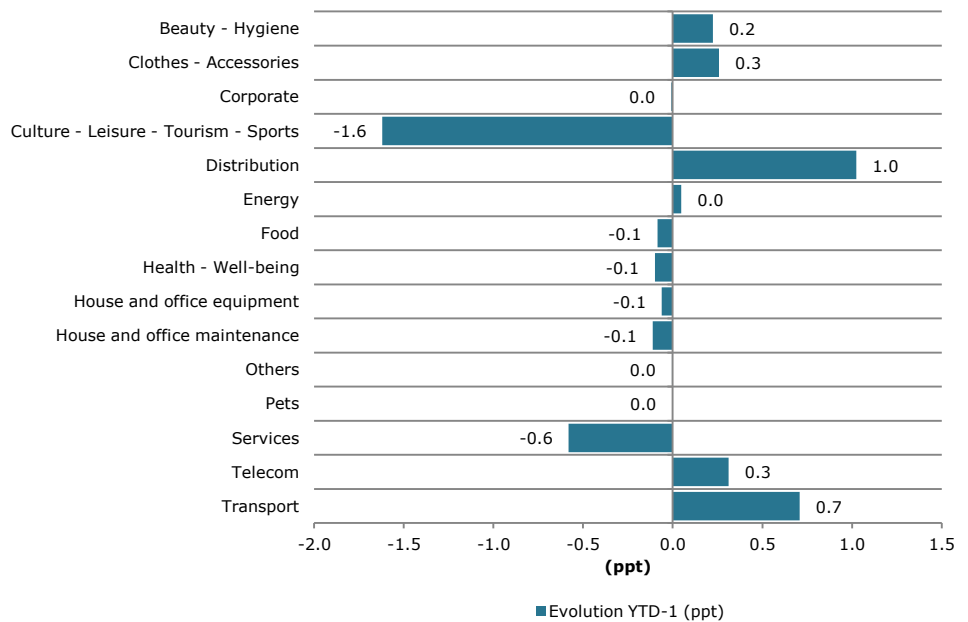
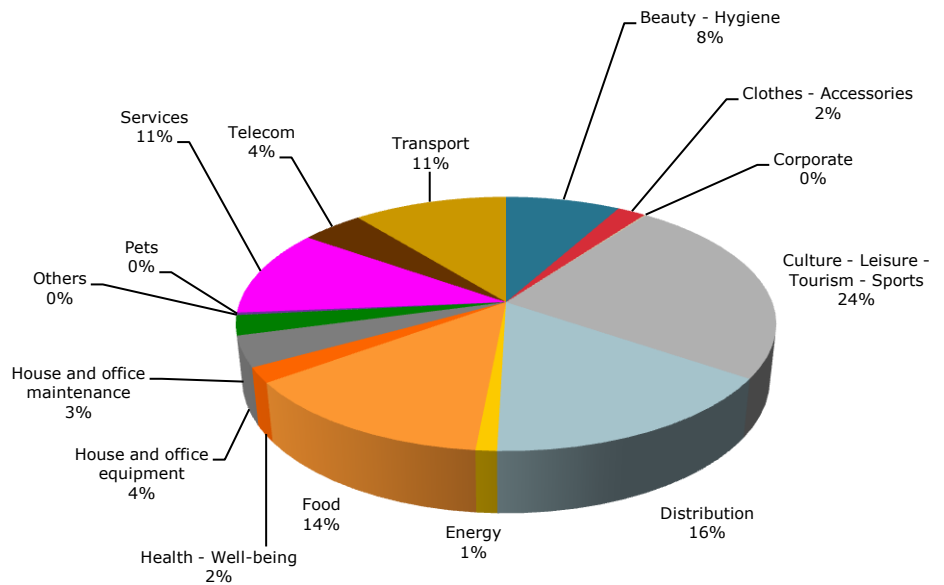
Sur la période janvier-octobre, le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport demeure le plus important, avec une part de 24%, suivi, de loin, par la Distribution (16%), l'Alimentation (14%), le Transport (11%) et les Services (11%).

Évolution des investissements publicitaires par groupe économique

Octobre 2011



YTD 2011



En ce qui concerne les médias, la télévision concentre la part la plus importante des investissements d'octobre: environ 159 millions d'euros, soit 43% du total des investissements publicitaires, c'est-à-dire une part de 1.8 point supérieure au mois dernier et de 0.5 point supérieure à l'an dernier.

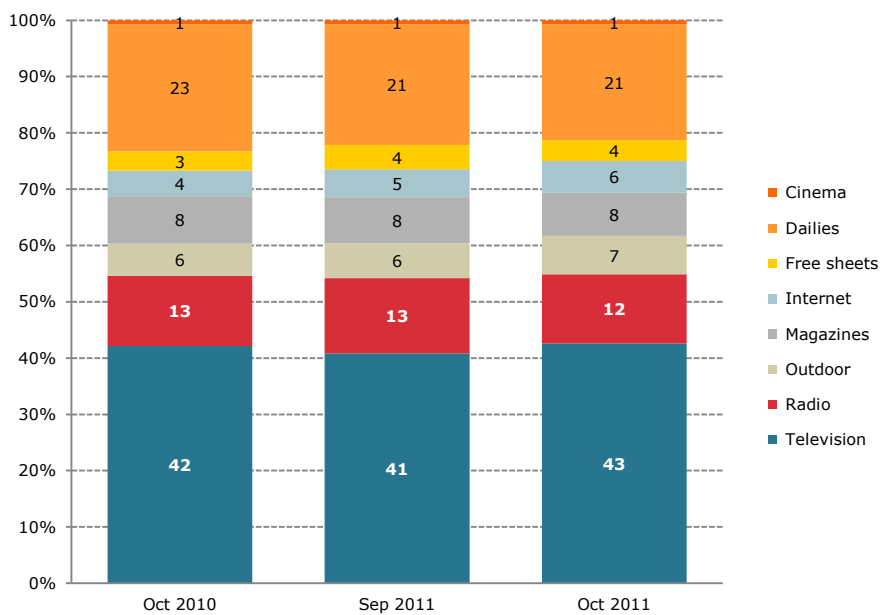
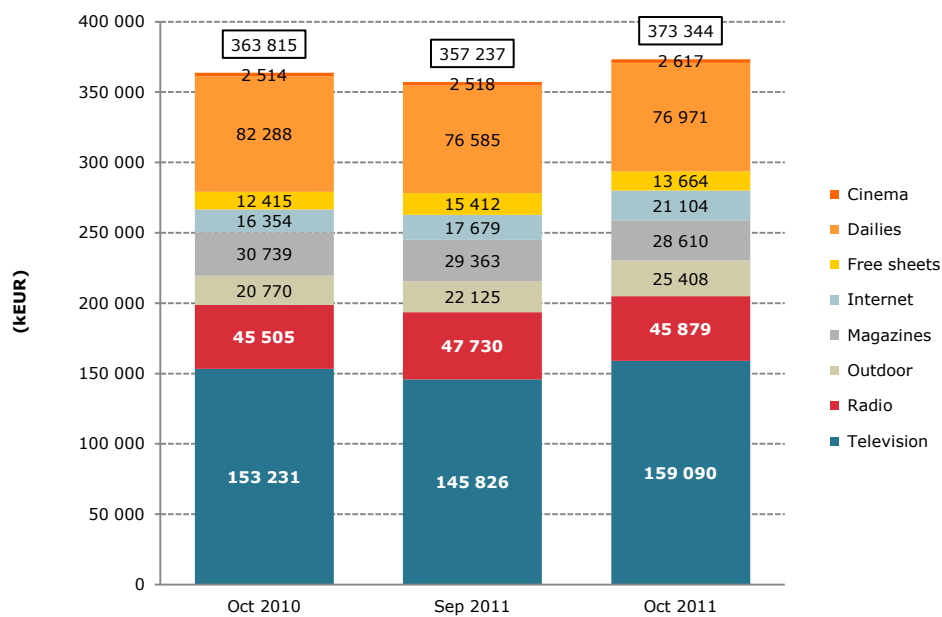
Ce mois-ci, c'est Internet qui présente les meilleurs résultats : sa part augmente de 0.7 point par rapport au mois dernier et atteint un niveau de 1.2 point supérieur à celui d'octobre 2010.

Les journaux et, dans une moindre mesure, les magazines semblent particulièrement touchés; leur part diminue de, respectivement, 2.0 et 0.8 point par rapport à l'an dernier.

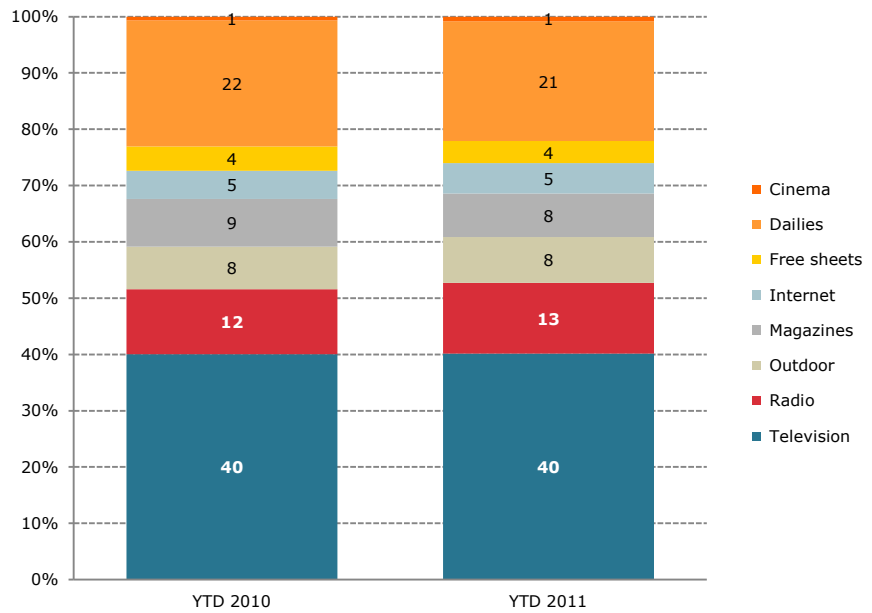
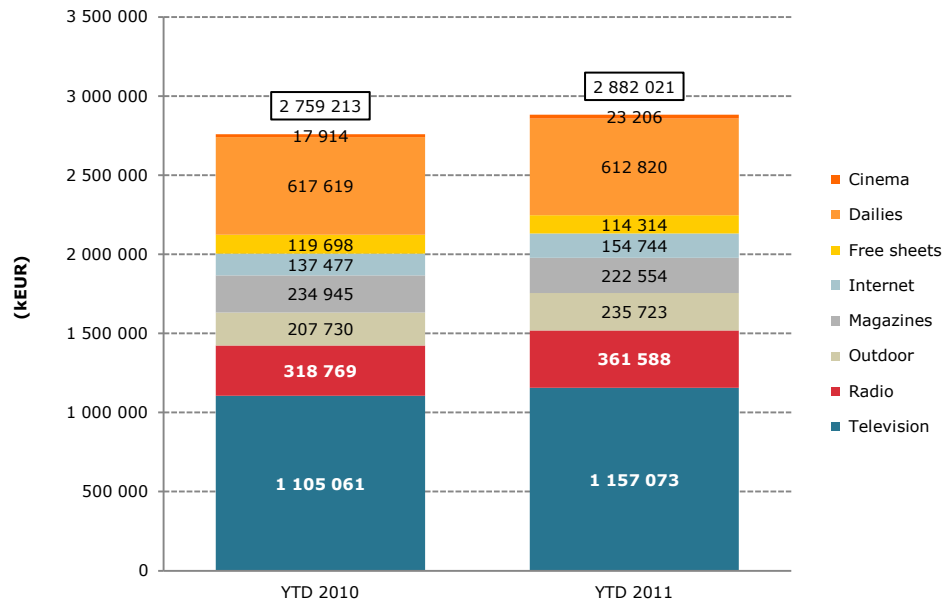
Sur l'ensemble de la période janvier-octobre, la radio affiche toujours la plus forte progression (+1.0 point), alors que la part des journaux se réduit le plus fortement (-1.1).

Évolution des investissements publicitaires par média

Octobre 2011



YTD 2011



Source: CIM MDB/MediaXim

Éditeurs responsables:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OMD Belgium

1, rue Charles Lemaire
1160 Bruxelles
Tel: +32 (0) 2 678 25 52
Fax: +32 (0) 2 678 25 99

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com