

ONMEDIA

AdRem Flash

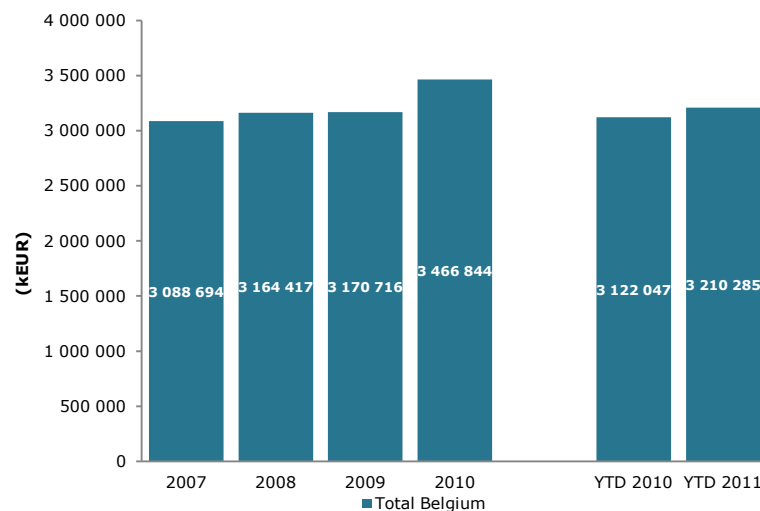
OMD newsletter

18 janvier 2012

Investissements publicitaires novembre 2011

Les investissements publicitaires de la période janvier-novembre s'élèvent à près de 3.2 milliards d'euros, soit 2.8% de plus que l'an dernier.

Évolution du total des investissements publicitaires

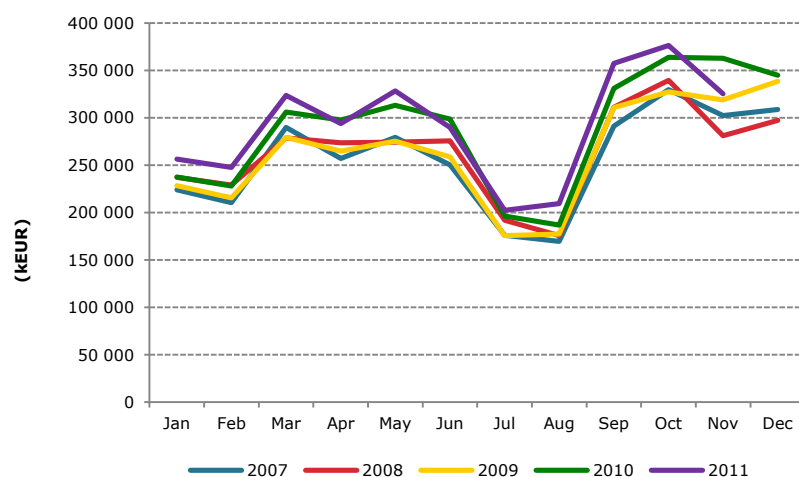


Au mois de novembre, le montant investi se monte à 325 millions d'euros, soit 14% de moins que le mois dernier et 10% de moins que l'an dernier.

Il nous faut toutefois signaler que les investissements suivants manquent:

- Acht : pour la période juillet-novembre
- Belgian posters : le mois de novembre
- MSN : le mois de novembre
- Clear Channel : le mois de novembre pour le 2m², les malls, le 16m², le 36m² et une partie de MTB, Publier et Metrabus, soit près de 90% des investissements de la région.

Évolution mensuelle des investissements publicitaires



Le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport représente la part la plus importante des investissements publicitaires du mois de novembre: 29%, soit 4.7 points de plus que le mois dernier et 1.9 point de plus que l'an dernier, soit la plus forte progression de ce mois.

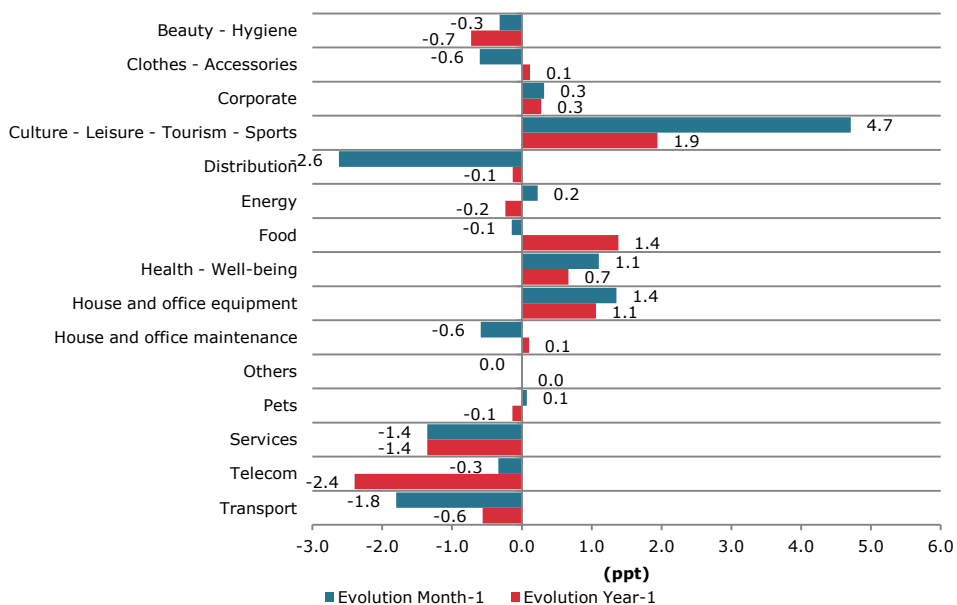
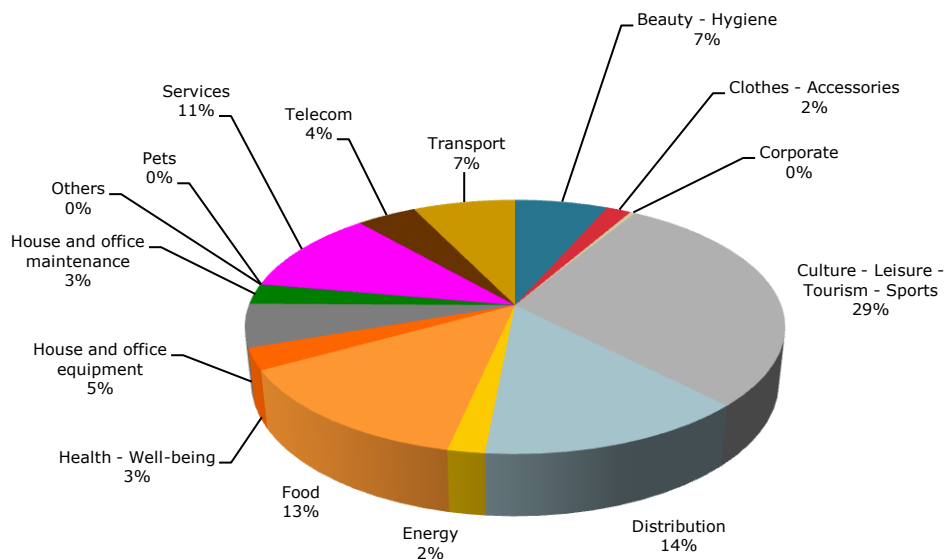
En ce qui concerne les autres groupes économiques, nous notons de bons résultats également pour l'Alimentation, Santé-Bien-être et Entretien Maison-Bureau. Ainsi, le groupe Alimentation dépasse de 1.4 point son niveau de l'an dernier, bien que sa part soit, ce mois-ci, relativement égale au mois dernier (-0.1 point). Santé-Bien-être, quant à lui, voit sa part croître de 1.1 point par rapport à octobre et de 0.7 point par rapport à novembre 2010. Entretien Maison-Bureau, enfin, affiche une progression tant par rapport au mois dernier qu'en glissement annuel (respectivement +1.4 et +1.1 point).

Du côté des groupes en recul, nous retrouvons principalement le groupe économique Telecom; sa part se maintient à un niveau proche du mois dernier (-0.3 point), mais affiche un recul de 2.4 points de pourcentage par rapport à l'an dernier. Les investissements des Services diminuent également ; leur part diminue de 1.4 point, que ce soit par rapport au mois dernier ou à l'an dernier.

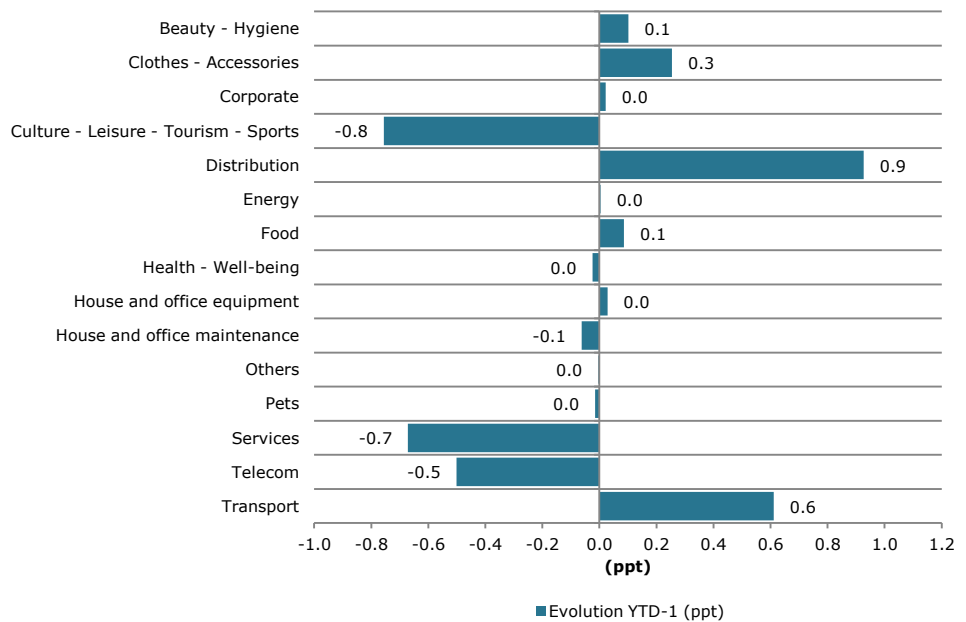
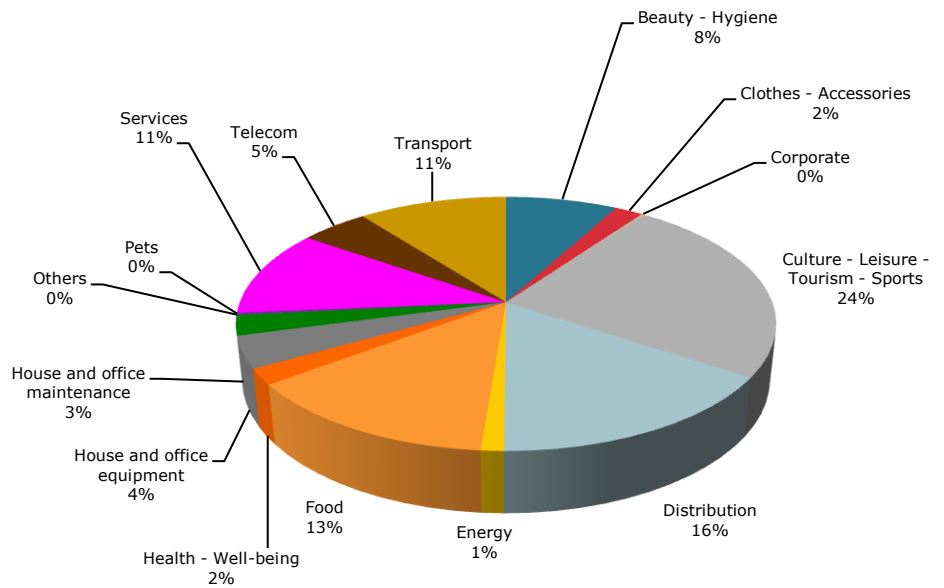
Sur la période janvier-novembre, le groupe économique Culture, tourisme, loisirs et sport demeure le plus important, avec une part de 24%, suivi, de loin, par la Distribution (16%), l'Alimentation (13%), le Transport (11%) et les Services (11%).

Évolution des investissements publicitaires par groupe économique

Novembre 2011



YTD 2011



En ce qui concerne les médias, la télévision concentre la part la plus importante des investissements de novembre: 154 millions d'euros, soit 47% du total des investissements publicitaires, c'est-à-dire une part de 4.9 points supérieure au mois dernier et de 2.7 points supérieure à l'an dernier, ce qui en fait le média à la plus forte progression ce mois-ci.

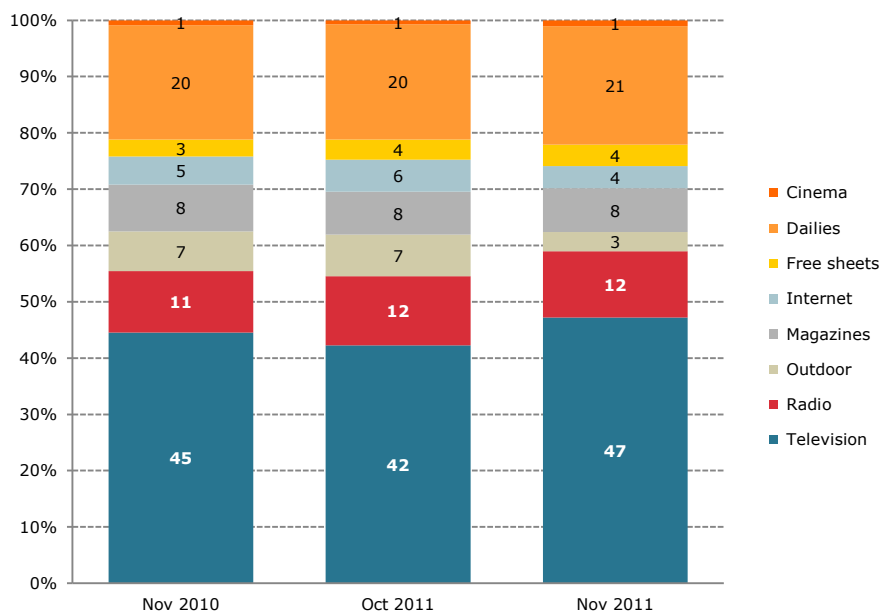
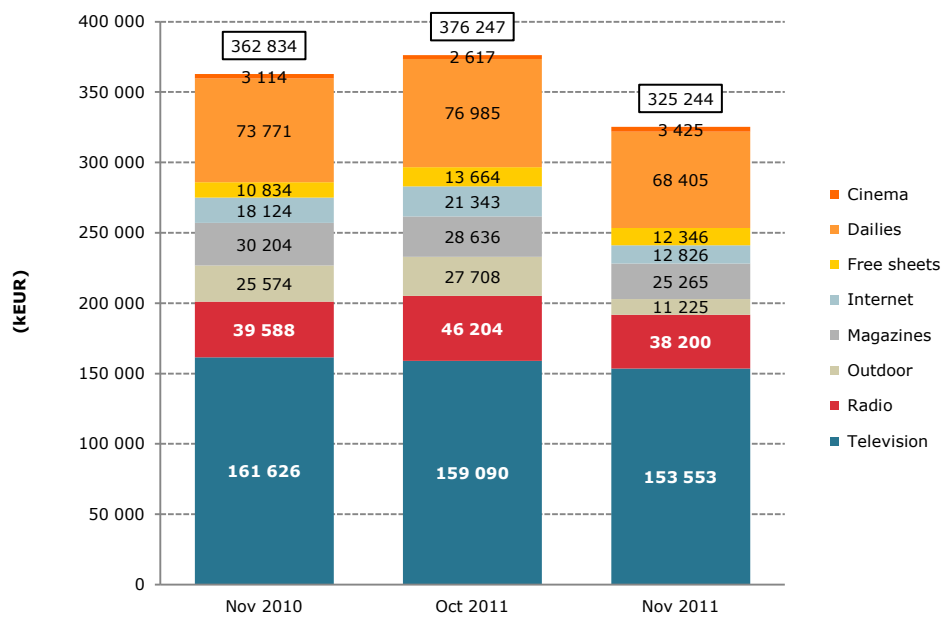
Si l'on examine les chiffres plus en détail, il apparaît que les investissements de l'ensemble des médias diminuent, à l'exception du cinéma dont les investissements augmentent de 31%. Par rapport à l'an dernier, outre le cinéma (+10%), la presse régionale gratuite voit elle aussi ses investissements augmenter (+14%), alors que les montants investis dans tous les autres médias diminuent.

L'affichage semble le plus fortement touché ; sa part diminue de 3.9 points par rapport au mois dernier et de 3.6 points en glissement annuel. Il ne faut toutefois pas oublier que les chiffres de Belgian Posters et la majorité des investissements de Clear Channel manquent, or, en octobre, ces deux régies représentaient plus de 50% des investissements en affichage.

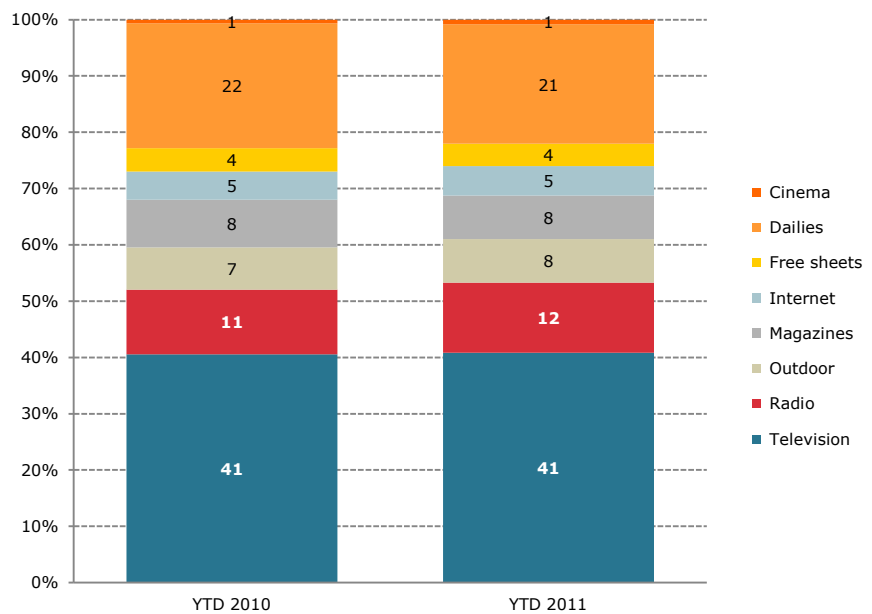
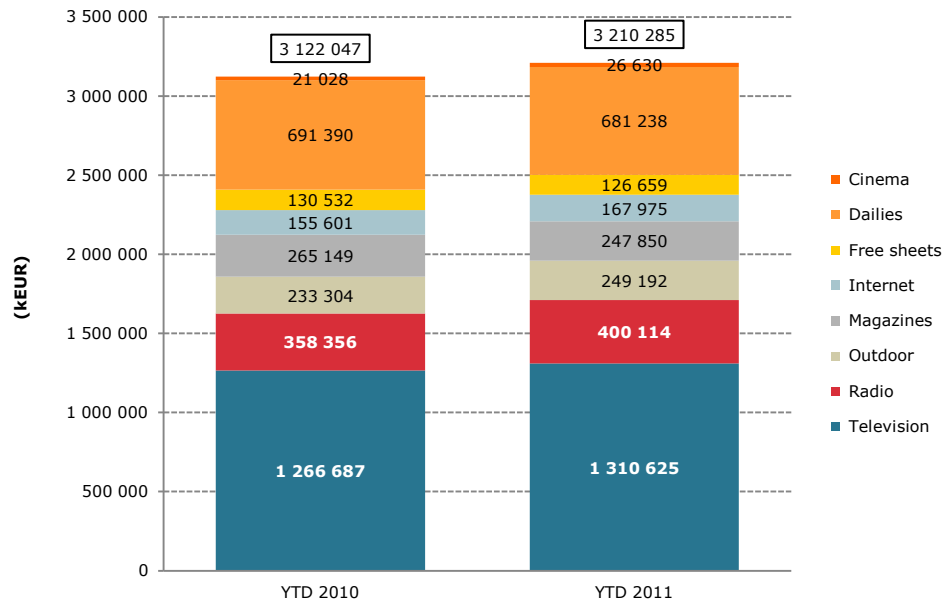
Sur l'ensemble de la période janvier-novembre, la radio affiche toujours la plus forte progression (+1.0 point), alors que la part des journaux se réduit le plus fortement (-0.9).

Évolution des investissements publicitaires par média

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

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com