Adrem Flash

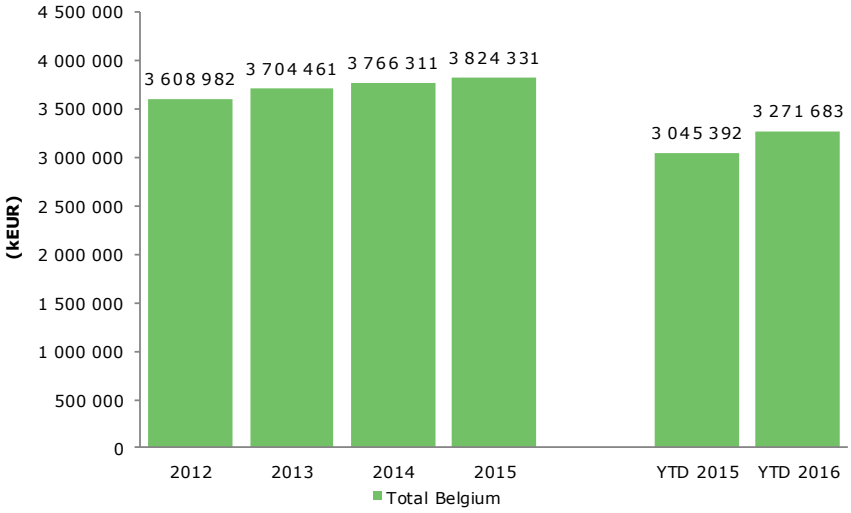
ONMEDIA

E-newsletter 15 décembre 2016

Investissements publicitaires - Octobre 2016

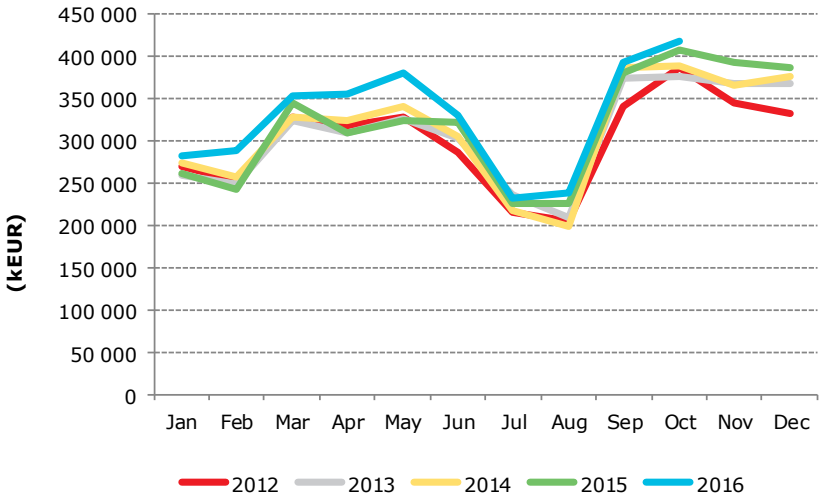
Les investissements publicitaires de la période janvier-octobre s'élèvent à 3.3 milliards d'euros, soit 7% de plus que l'an dernier.

Évolution du total des investissements publicitaires



Si l'on considère l'évolution mensuelle des investissements, le montant investi en octobre s'élève à 418 millions d'euros. C'est 6% de plus qu'en septembre et 2% de plus qu'en octobre 2015. Pour le 13ème mois consécutif, le montant investi cette année est donc supérieur à celui de l'an dernier.

Évolution mensuelle des investissements publicitaires



À noter toutefois:

- Plattelands TV participe à l'étude depuis septembre
- Eleven Fr/Nl, Ment TV et Zes sont reprises dans l'étude depuis octobre

En ce qui concerne les groupes économiques, le groupe Culture, tourisme, loisirs et sport représente la part la plus importante des investissements d'octobre 2016 : 26%, soit une part de 2.2 points supérieure à celle de septembre et de 0.8 point supérieure à celle de l'an dernier.

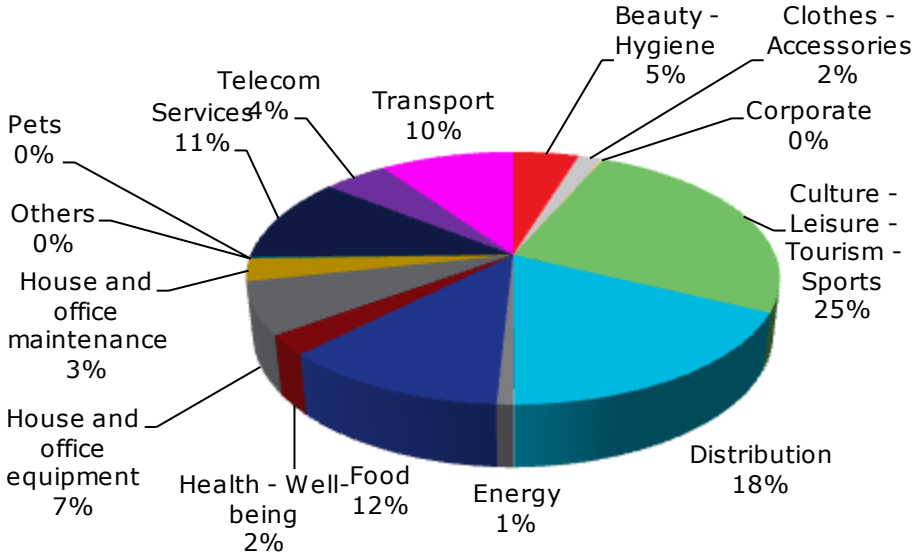
Quant aux autres groupes, nous observons une croissance de 2.7 points par rapport à septembre pour le groupe économique Équipement Maison-Bureau, qui obtient donc une part de 1.6 point supérieure à celle de l'an dernier. Engie, notamment, a considérablement investi pour son thermostat intelligent Boxx.

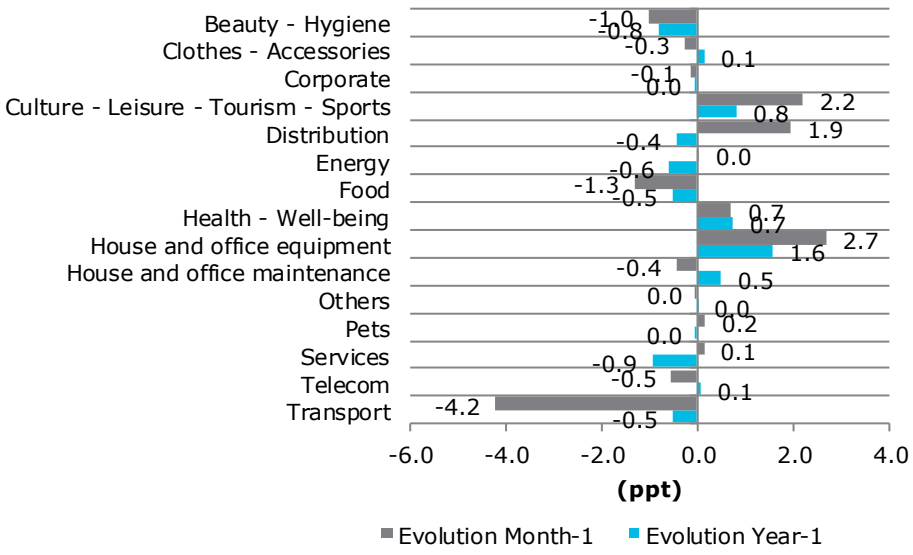
En ce qui concerne les groupes en recul, nous remarquons, entre autres, les groupes économiques Transport, Services et Beauté-Hygiène. La part du groupe Transport se réduit fortement par rapport à septembre (-4.2 points), mais le recul est assez limité par rapport à l'an dernier : -0.5 point. La part du groupe Beauté-Hygiène se réduit fortement elle aussi : -1.0 point pour atteindre un niveau de 0.8 point inférieur à celui de l'an dernier. Enfin, la part du groupe économique Services demeure assez stable par rapport à septembre (+0.1 point), mais perd 0.9 point en glissement annuel.

Sur l'ensemble de la période janvier-octobre, nous n'observons pas d'évolution marquée par rapport à l'an dernier; le groupe Santé-Bien-être présente la plus forte croissance avec une progression de 0.4 point, tandis que la Distribution recule le plus fortement (-0.3 point).

Évolution des investissements publicitaires par groupe économique

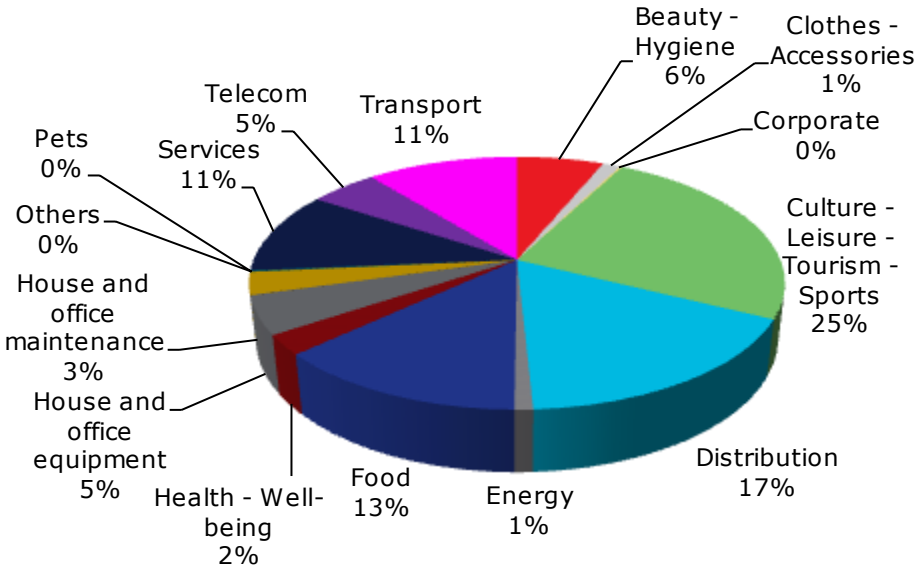
Octobre 2016

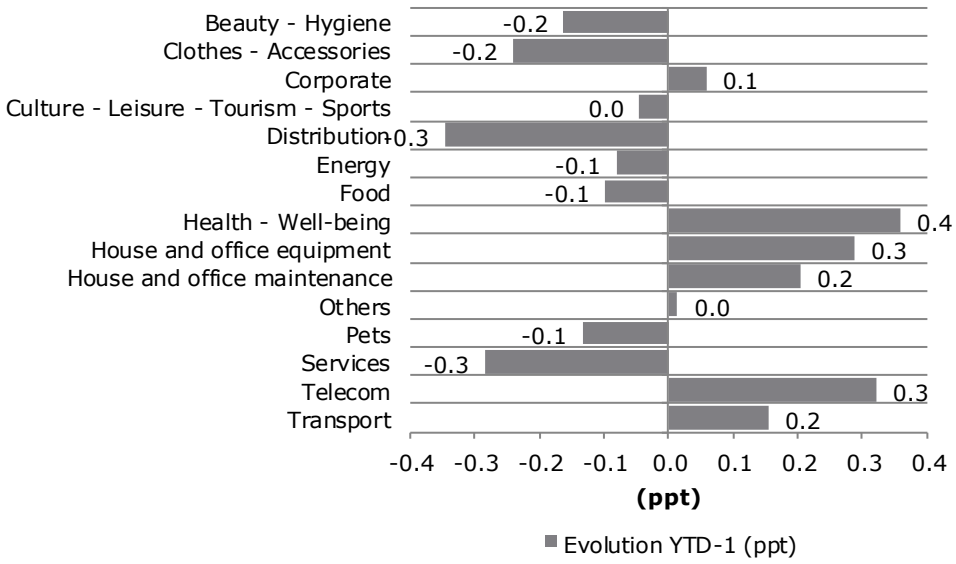




Évolution des investissements publicitaires par groupe économique

Janvier-Octobre 2016





Quant aux médias, la télévision concentre la part la plus importante des investissements d'octobre : environ 182 millions d'euros, soit 43% du total des investissements publicitaires. C'est 1.7 point de pourcentage de moins que le mois dernier, mais 1.0 point de mieux que l'an dernier.

En ce qui concerne les autres médias, nous notons une progression de 0.9 point de la part de l'affichage par rapport à septembre, ce qui lui permet d'atteindre un niveau de 1.4 point supérieur à celui d'octobre 2015.

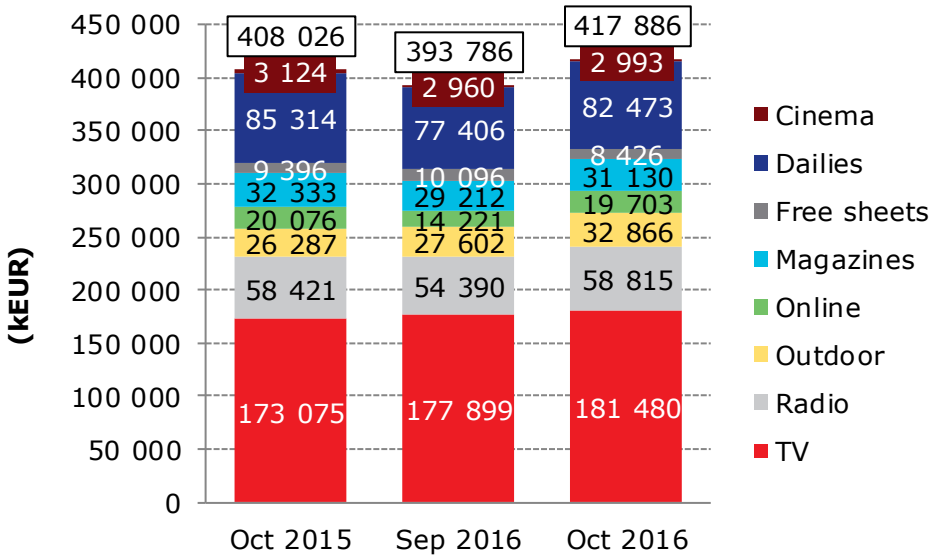
La part d'Internet également progresse assez fortement par rapport au mois dernier (+1.1 point), mais le chiffre est assez comparable à celui de l'an dernier.

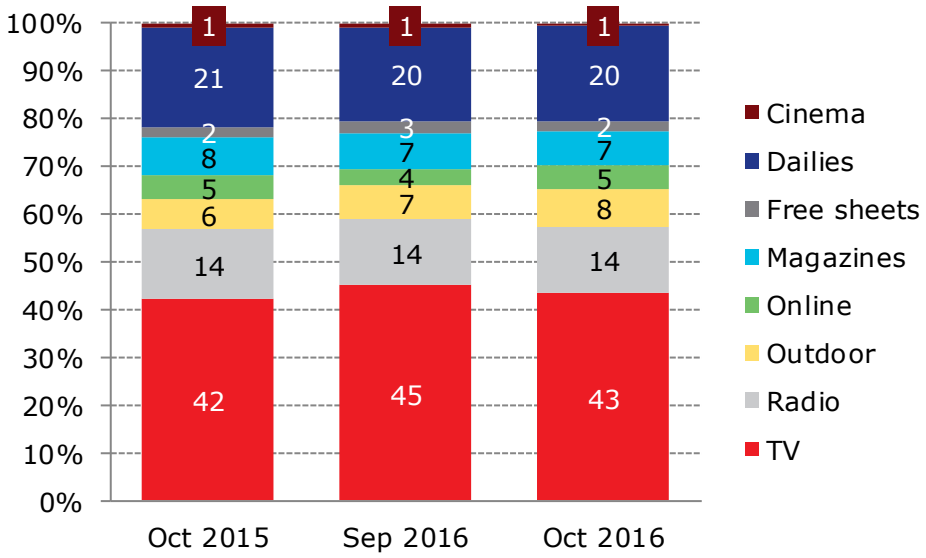
La part des autres médias demeure assez stable, tant par rapport au mois dernier qu'en glissement annuel.

Sur l'ensemble de la période janvier-octobre, c'est la part de la télévision qui progresse le plus fortement en glissement annuel avec +1.9 point, tandis que la part des magazines et d'Internet diminue le plus fortement (respectivement -0.8 et -0.6 point). La part des autres médias demeure assez stable.

Évolution des investissements publicitaires par média

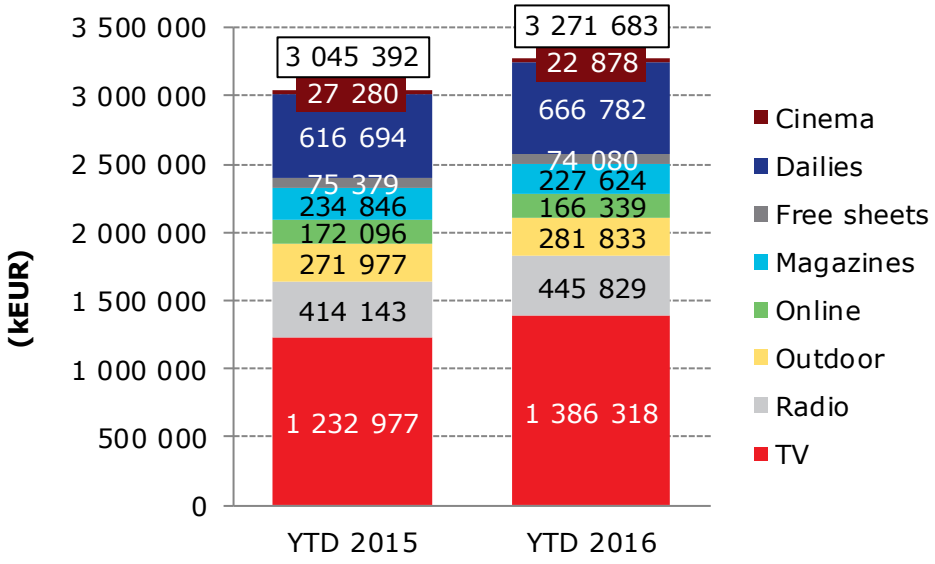
Octobre 2016

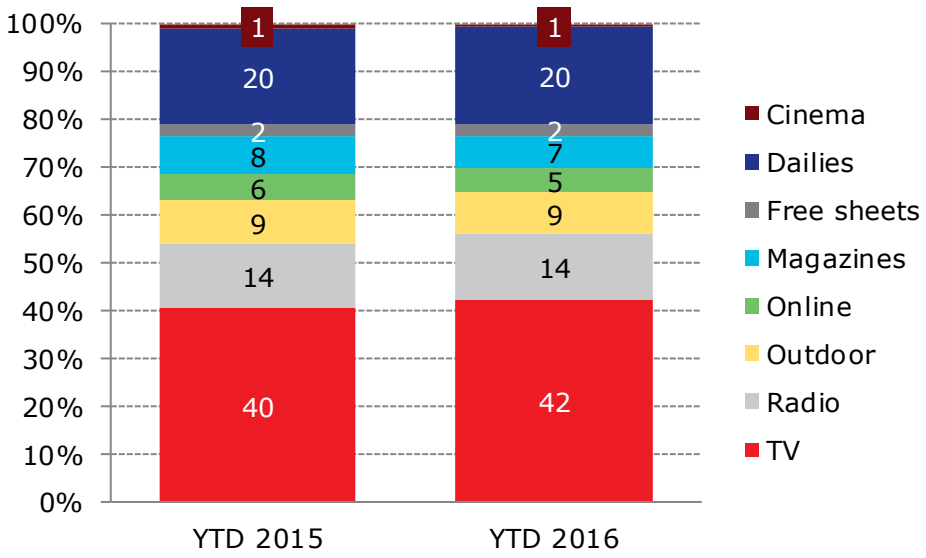




Évolution des investissements publicitaires par média

Janvier-Octobre 2016





Évolution des investissements publicitaires par Advertisergroup

Si l'on classe les groupes sur la période janvier-octobre en excluant les annonceurs régionaux, Procter & Gamble occupe la première place, suivi de D'Ieteren Group et Reckitt & Benckiser.

En glissement annuel, les investissements de Procter progressent encore fortement : +24%. Les investissements de D'Ieteren également augmentent beaucoup (+18%), dépassant ainsi Unilever, le numéro 2 de l'an dernier. De même, les investissements de Reckitt & Benckiser progressent (+9%) et le groupe dépasse lui aussi Unilever, dont les investissements diminue de 3% et qui se retrouve donc en 4ème position.

C'est Ahold Delhaize dont les investissements augmentent le plus fortement; le groupe se classe 19ème, soit une progression de 30 rangs. Telenet Group lui aussi monte fortement dans le classement : les investissements de Telenet augmentent de 54%, ce qui se traduit par le gain de 10 rangs.

À l'inverse, parmi les groupes en recul, nous relevons surtout ING : ses investissements se réduisent de 16%, ce qui se traduit par un recul de 12 rangs.

Rank YTD 2016		2015 (kEUR)	YTD 2015 (kEUR)	YTD 2016 (kEUR)	Evolution (index)	Rank 2015	Rank YTD 2015
1	PROCTER & GAMBLE BENELUX	101 290	84 299	104 158	↑ 124	1	1
2	D'IETEREN GROUP	74 015	60 140	71 198	↑ 118	3	4
3	RECKITT & BENCKISER	69 681	60 380	65 621	↑ 109	5	3
4	UNILEVER	79 528	66 212	63 970	↓ 97	2	2
5	PROXIMUS GROEP	71 860	54 337	60 965	↑ 112	4	5
6	COCA-COLA COMPANY	60 424	52 827	50 312	↓ 95	6	6
7	MEDIAHUIS	50 941	41 849	48 231	↑ 115	9	7
8	DE PERSGROEP	39 814	31 256	42 587	↑ 136	12	13
9	MEDIALAAN	52 433	41 640	42 294	↑ 102	8	8
10	DANONE GROUP	36 565	28 718	39 846	↑ 139	15	14
11	RENAULT-NISSAN ALLIANCE	39 625	33 611	38 647	↑ 115	13	11
12	COLRUYT GROUP	55 259	40 975	37 414	↓ 91	7	9
13	TELENET GROUP HOLDING	33 575	23 310	35 782	↑ 154	18	23
14	PSA PEUGEOT CITROEN	43 118	38 693	35 399	↓ 91	11	10
15	CARREFOUR GROEP	34 934	23 543	29 026	↑ 123	16	21
16	ROULARTA MEDIA GROUP	34 505	28 444	28 406	→ 100	17	15
17	ORANGE	n.a.	n.a.	27 880	-	-	-
18	MONDELEZ INTERNATIONAL	28 258	25 271	27 528	↑ 109	26	17
19	AHOLD DELHAIZE	18 620	10 305	27 335	↑ 265	36	49
20	L'OREAL GROUP	45 710	33 539	27 121	↓ 81	10	12
21	GEMEENSCHAPPEN EN GEWESTEN	29 346	23 044	25 959	↑ 113	24	25
22	DAIMLER BENZ GROUP	29 423	26 589	25 237	↓ 95	23	16
23	LIDL & CO	26 051	18 183	24 448	↑ 134	28	31
24	NESTLE GROUP	36 777	24 768	24 417	↓ 99	14	19
25	NATIONALE LOTERIJ	31 075	21 801	24 228	↑ 111	22	27
26	ANHEUSER BUSCH INBEV	23 053	19 127	23 464	↑ 123	32	29
27	BELFIUS BANK & VERZEKERINGEN	22 012	16 630	22 622	↑ 136	33	34
28	BMW GROUP BELGIUM	25 488	22 757	22 306	↓ 98	29	26
29	BEIERSDORF	23 893	19 305	21 626	↑ 112	31	28
30	ING GROEP	31 241	25 259	21 215	↓ 84	20	18

* Generic regional advertiser groups excluded

Source: Nielsen

Éditeurs responsables:
Remi Boel
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OmnicomMediaGroup
166, Chaussée de La Hulpe
1170 Bruxelles

Tel: +32 (0) 2 661 06 00

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com