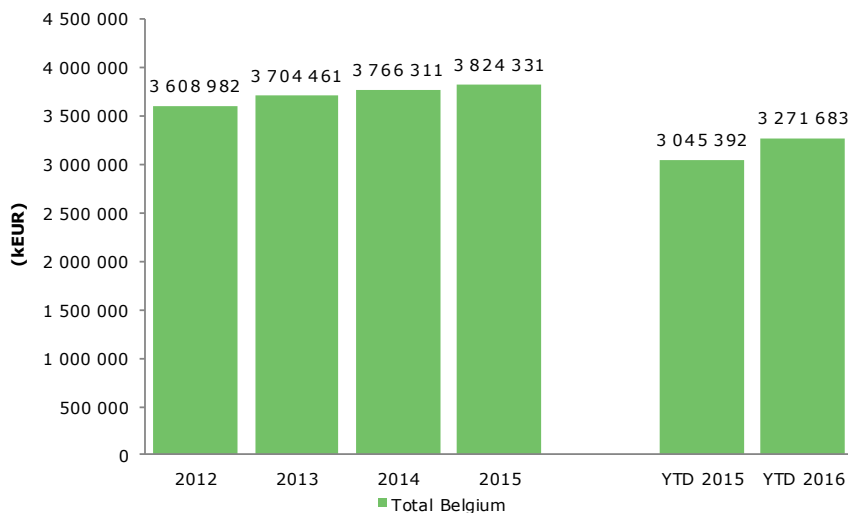




Reclame-investeringen Oktober 2016

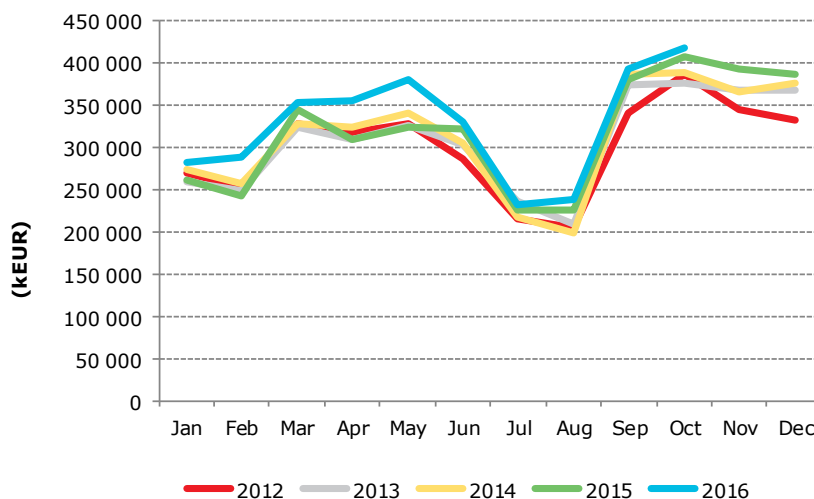
In de periode januari – oktober werd er voor 3.3 miljard Euro aan reclame geïnvesteerd ofwel 7% meer dan de zelfde periode vorig jaar.

Evolutie van de totale reclame-investeringen



Kijken we naar de investeringen per maand, dan zien we dat er in oktober voor 418 miljoen Euro geïnvesteerd werd. Dit is 6 procent meer dan in september en 2% meer dan oktober 2015 ofwel de 13^e maand op rij dat de investeringen hoger liggen dan die van het jaar ervoor.

Evolutie van de reclame-investeringen per maand



Reclame-investeringen Oktober 2016

Wel dienen we u te wijzen op het volgende:

- Plattelands TV maakt sinds september deel uit van de studie
- Eleven Fr/NL, Ment TV en Zes maken sinds oktober deel uit van de studie

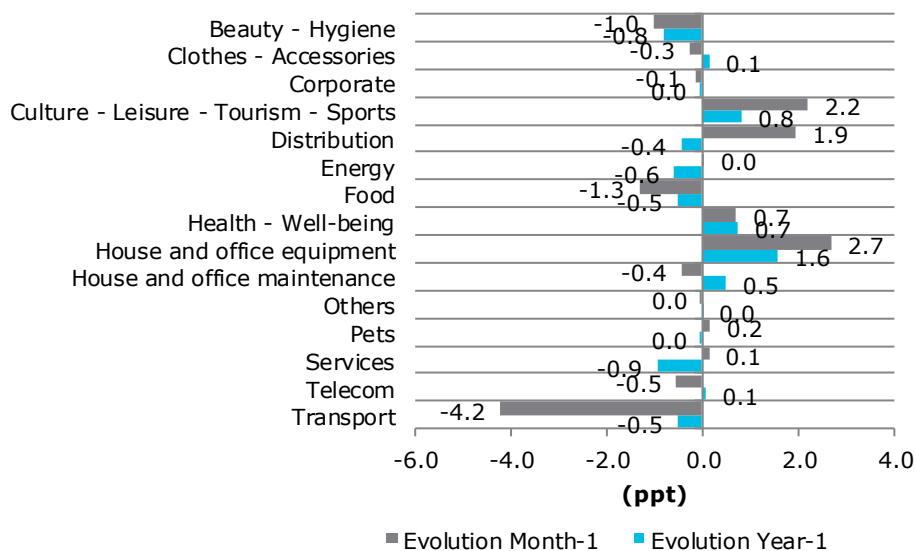
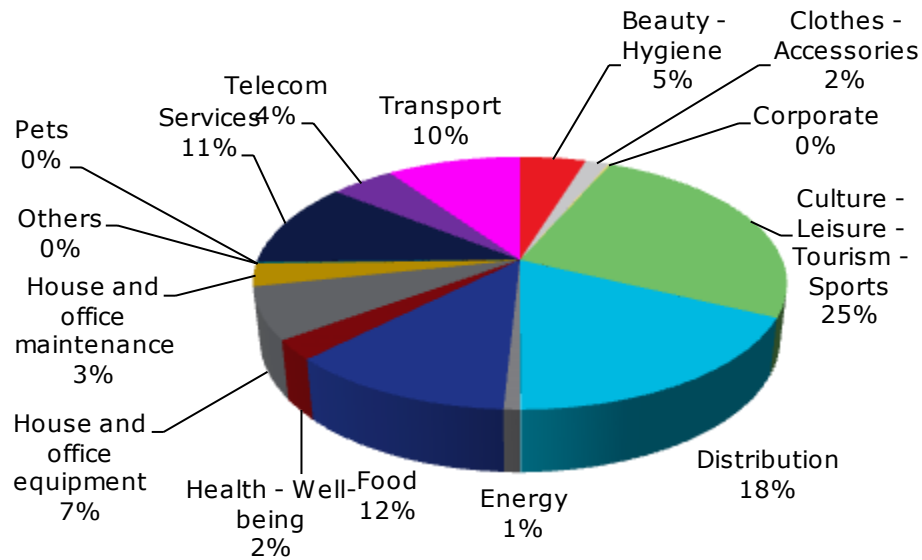
De meeste investeringen vinden we in oktober in de economische groep Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport: 26% ofwel een aandeel dat 2.2 punten hoger is dan in september en ook 0.8 punt hoger dan het aandeel van vorig jaar.

Kijken we naar de andere economische groepen dan zien we dat de economische groep Uitrusting Woning-Bureau het aandeel met 2.7 punten ziet stijgen ten opzichte van september ofwel een aandeel dat 1.6 punt hoger ligt dan vorig jaar. Het was met name Engie die in oktober zwaar investeerde voor Boxx , zijn slimme thermostaat.

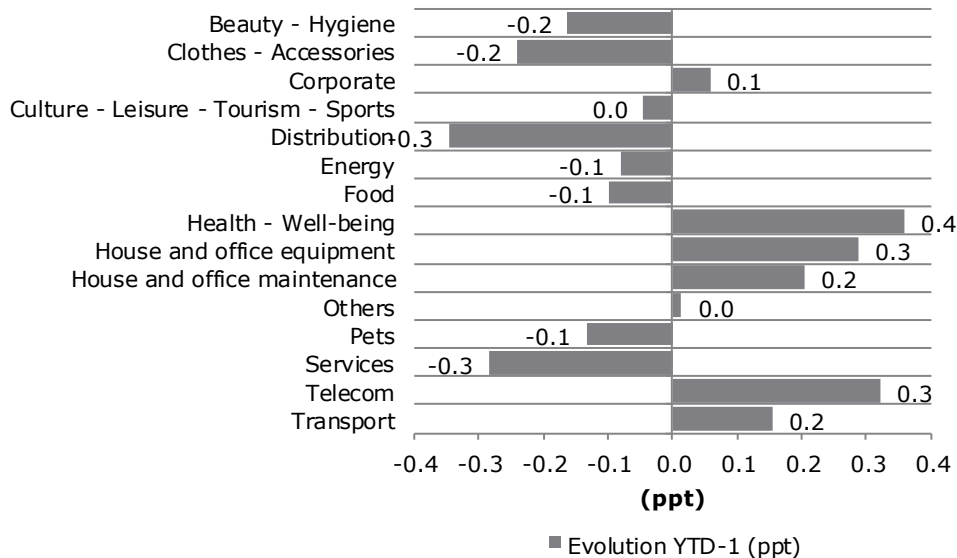
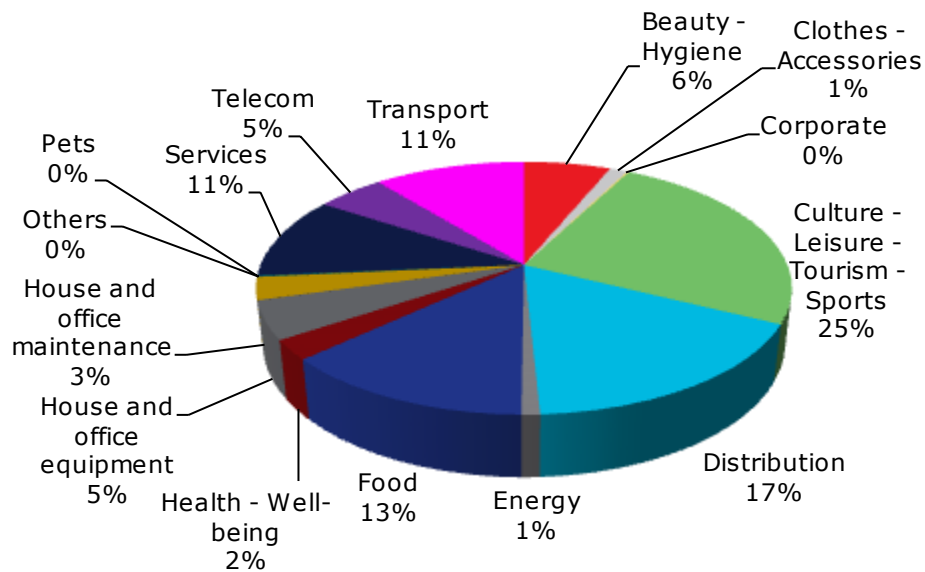
Bij de dalers vallen met name de economische groepen Transport, Diensten en Schoonheid – Hygiene op. Het aandeel van Transport daalt zeer sterk ten opzichte van september (- 4.2 punten), maar ten opzichte van vorig jaar blijft het verlies eerder beperkt: -0.5 punt. Ook het aandeel van de economische groep Schoonheid – Hygiëne daalt met -1.0 punt sterk en komt daardoor op een niveau dat 0.8 punt lager ligt dan vorig jaar. Het aandeel van de economische groep Diensten, ten slotte, blijft eerder stabiel ten opzichte van september (+0.1 punt), maar verliest 0.9 punt als we de vergelijking met vorig jaar maken.

Kijken we naar de periode januari – oktober, dan zien we geen uitgesproken verschillen met vorig jaar; de economische groep Gezondheid – Welzijn ziet het aandeel met 0.4 punt het sterkste stijgen, terwijl dat het aandeel van Distributie het meeste verliest (-0.3 punt).

**Evolutie van de reclame-investeringen per economische groep
Oktober 2016**



**Evolutie van de reclame-investeringen per economische groep
Januari – Oktober 2016**



Reclame-investeringen Oktober 2016

De meeste investeringen vinden we in oktober bij TV: ongeveer 182 miljoen Euro ofwel 43% van de totale reclame-investeringen. Dit is 1.7 procentpunt minder dan vorige maand, maar 1.0 punt meer dan vorig jaar.

Kijken we naar de andere media, dan zien we dat affichage het aandeel met 0.9 punt ziet stijgen ten opzichte van september en daardoor op een niveau komt dat 1.4 punt hoger ligt dan oktober 2015.

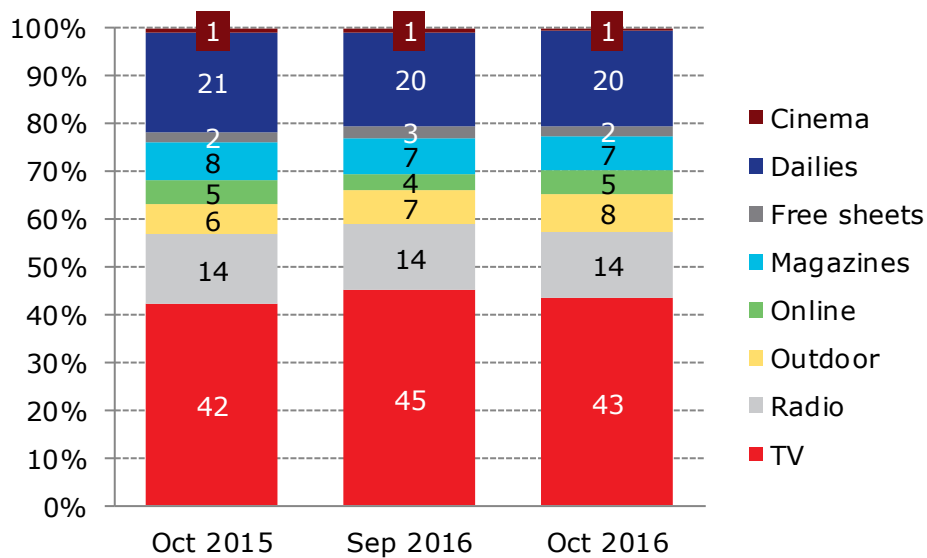
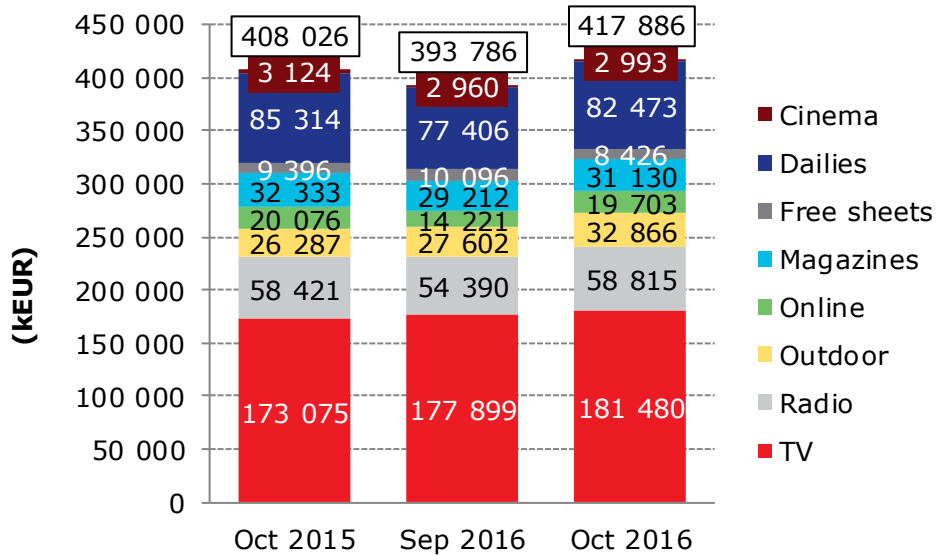
Ook Internet ziet het aandeel eerder sterk stijgen ten opzichte van vorige maand (+1.1 punt), maar maken we de vergelijking met vorig jaar, dan zie we dat het aandeel eerder vergelijkbaar is met dat van vorig jaar.

De aandelen van de andere media blijven eerder stabiel, zowel ten opzichte van vorige maand als vorig jaar.

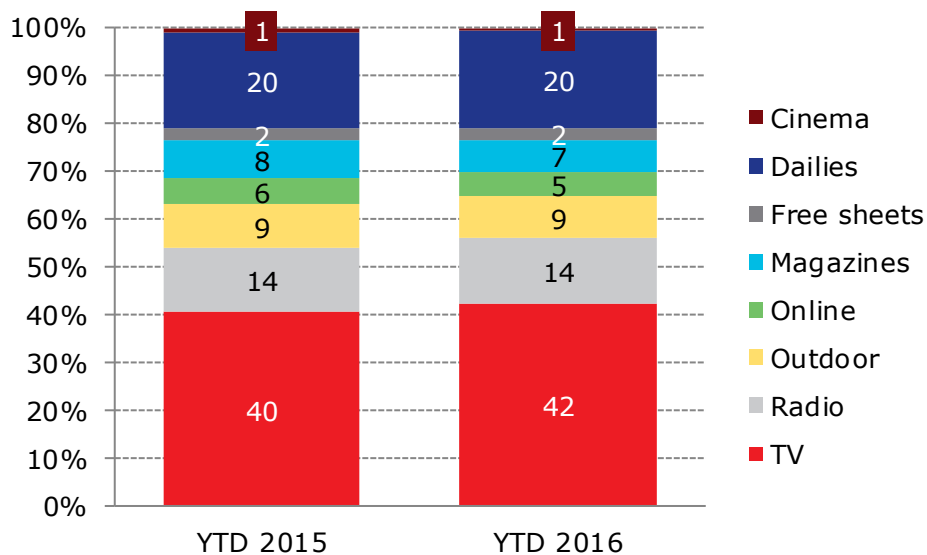
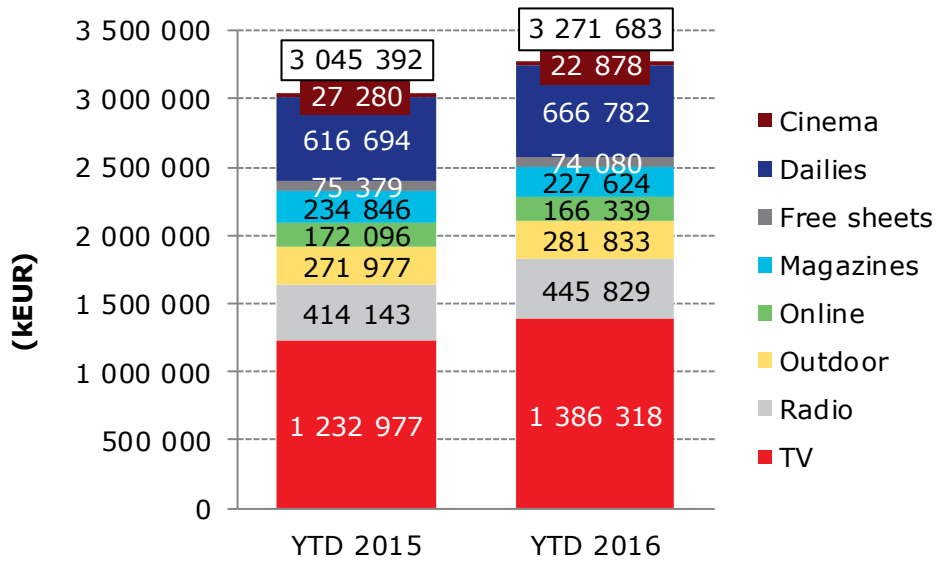
Bekijken we de investeringen van de periode januari – oktober en maken we de vergelijking met vorig jaar, dan zien we dat het aandeel van TV met +1.9 punt het sterkste stijgt, terwijl dat de aandelen van magazines en internet het sterkste dalen (respectievelijk -0.8 en -0.6 punt). De aandelen van de andere media blijven eerder stabiel.

Reclame-investeringen Oktober 2016

**Evolutie van de reclame-investeringen per mediumtype
Oktober 2016**



**Evolutie van de reclame-investeringen per mediumtype
Januari – Oktober 2016**



Reclame-investeringen Oktober 2016

Evolutie van de reclame-investeringen per adverteerdersgroep

Ranken we de investeringen van de periode januari – oktober per adverteerdersgroep en laten we de regionale adverteerdersgroepen buiten beschouwing, dan vinden we Procter & Gamble op de eerste plaats, gevolgd door D'Teteren Group en Reckitt & Benckiser.

Maken we de vergelijking met vorig jaar, dan zien we dat de investeringen van Procter nog steeds sterk stijgen ten opzichte van vorig jaar: +24%. Ook de investeringen van D'Teteren stijgen sterk (+18%), waardoor het Unilever, de nummer 2 van vorig jaar, voorbij steekt. Ook de investeringen van Reckitt & Benckiser nemen toe (+9%) waardoor Unilever, dat de investeringen met 3% verminderde, naar de 4^e plaats terugzakt.

Het is Ahold Delhaize waarvan de investeringen het sterkste toenamen en die we op de 19^e plaats terugvinden ofwel een winst van 30 plaatsen. Ook Telenet Group wint veel plaatsen in de ranking: de investeringen van Telenet stegen met 54% ofwel 10 plaatsen winst.

Bij de dalers valt met name ING op dat de investeringen met 16% verminderde ofwel een verlies van 12 plaatsen in de ranking.

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'TETEREN 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	MEDIAAAN	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



Verantwoordelijke uitgevers:

Remi Boel
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OmnicomMediaGroup

Terhulpesteenweg 166
1170 Brussel
Tel: +32 (0)2 661 06 00

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com