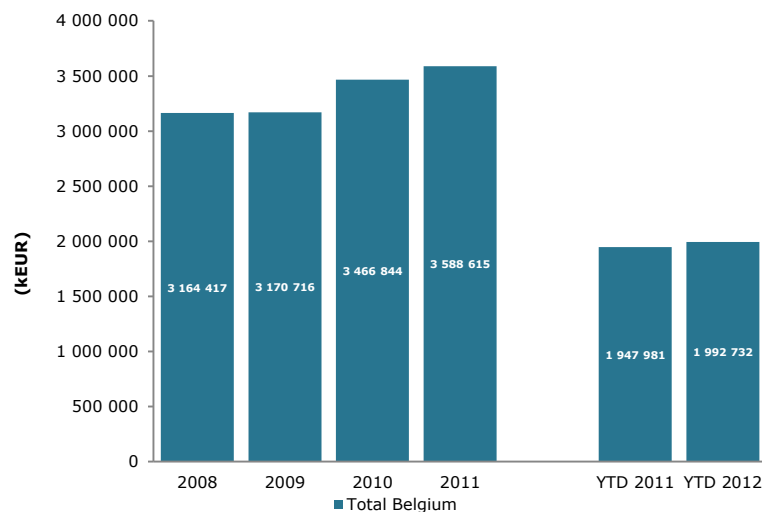


### Reclame-investeringen Juli 2012

De totale reclame-investeringen voor de periode januari - juli bedroegen bijna 2 miljard Euro ofwel 2% meer dan vorig jaar.

#### Evolutie van de totale reclame-investeringen

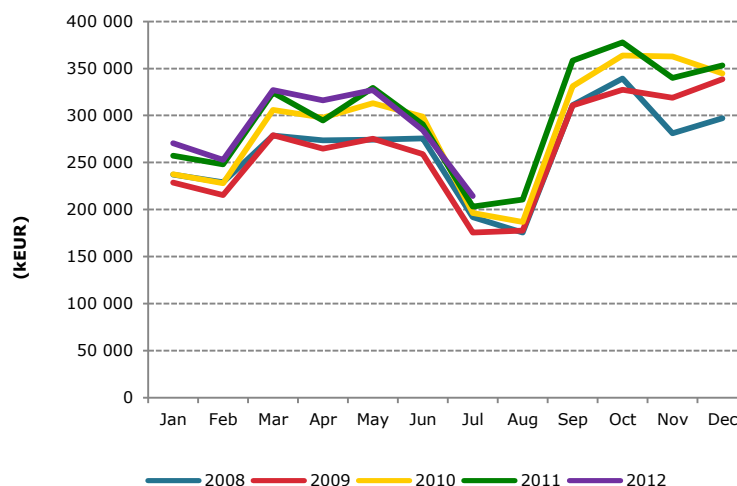


Nadat het investeringsniveau de afgelopen twee maanden onder dat van vorig jaar uitkwam, zien we dat er in juli voor 214 miljoen Euro geïnvesteerd werd; dit is bijna 25% lager dan in juni, maar 5.5% meer dan in juli 2011.

Wel dienen we het volgende op te merken:

- MSN: de investeringen van de laatste week van juli ontbreken
- Sanoma: sinds 30/6/2012 worden de websites niet langer door Beweb gedeclareerd en deze ontbreken dus in de cijfers
- Aanpassing van de investeringen voor Brightfish (bioscoop, periode januari – mei), Regie Number One (gratis regionale weekbladen, periode maart – mei) en Scripta (januari – mei)

#### Evolutie van de reclame-investeringen per maand



Indien we kijken naar de investeringen per economische groep, dan zien we dat we de meeste investeringen in juli in de economische groep Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport terugvinden: 25% ofwel een niveau dat 1.8 punt hoger ligt dan dat van juni, maar 1.3 punt lager dan vorig jaar.

Kijken we naar de andere economische groepen dan zien we dat de economische groep Distributie het aandeel ten opzichte van vorige maand het sterkste ziet stijgen (+3.6 punten). Deze stijging blijkt echter niet voldoende, want als we de vergelijking maken met vorig jaar dan daalt het aandeel met 0.8 punt.

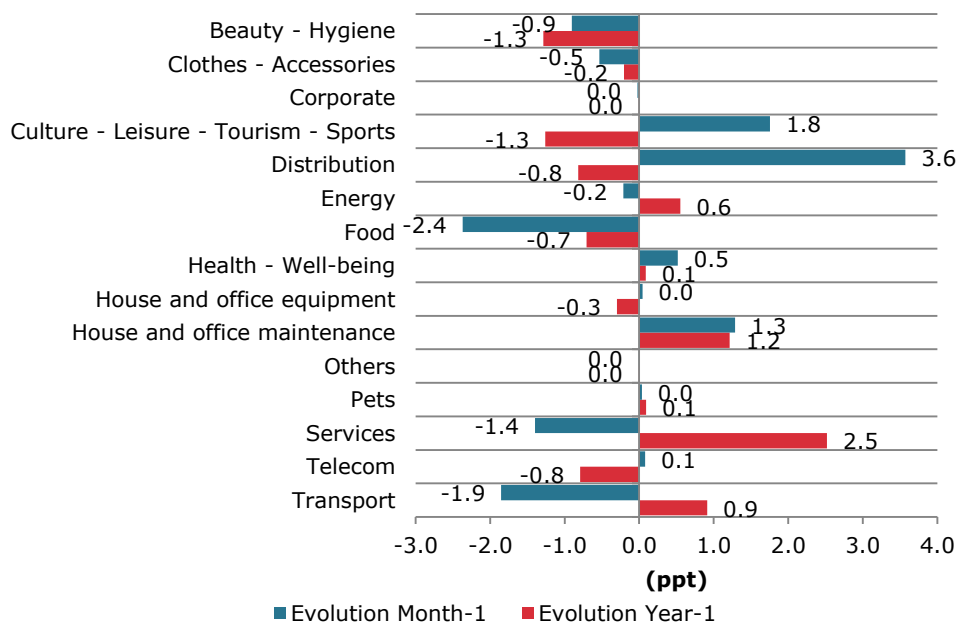
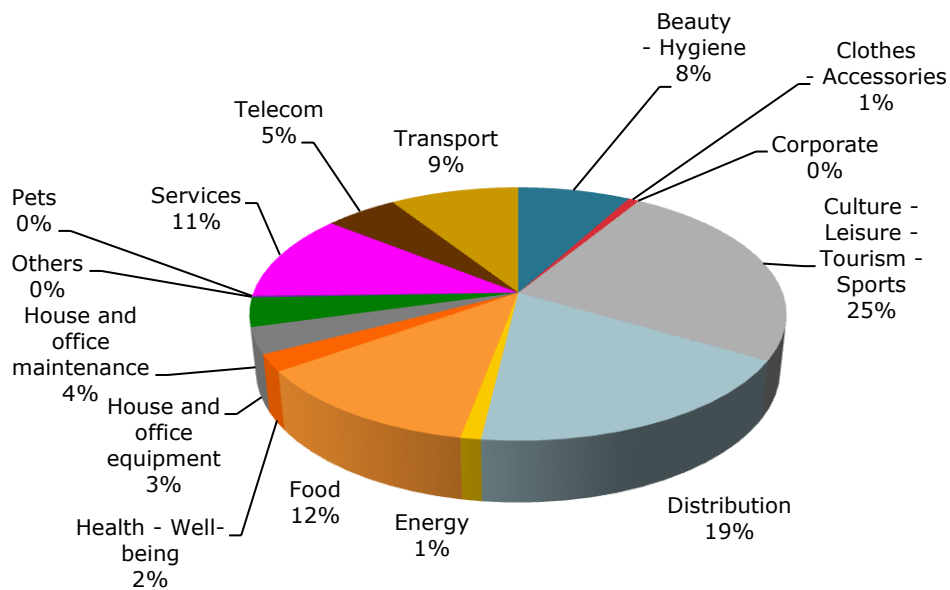
Indien we de vergelijking maken met vorig jaar, dan zien we dat het aandeel van de economische groep Diensten het sterkste toeneemt; ondanks een daling van 1.4 punt ten opzichte van vorige maand, stijgt het aandeel met 2.5 punten als we de vergelijking maken met vorig jaar. Het is met name de banksector die zeer actief was.

Bij de dalers valt naast de daling van de economische groep Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport ook de daling van Schoonheid – Hygiëne op; in vergelijking met juni daalt het marktaandeel met 0.9 punt en komt daardoor op een niveau dat 1.3 punt lager ligt dan de zelfde periode vorig jaar.

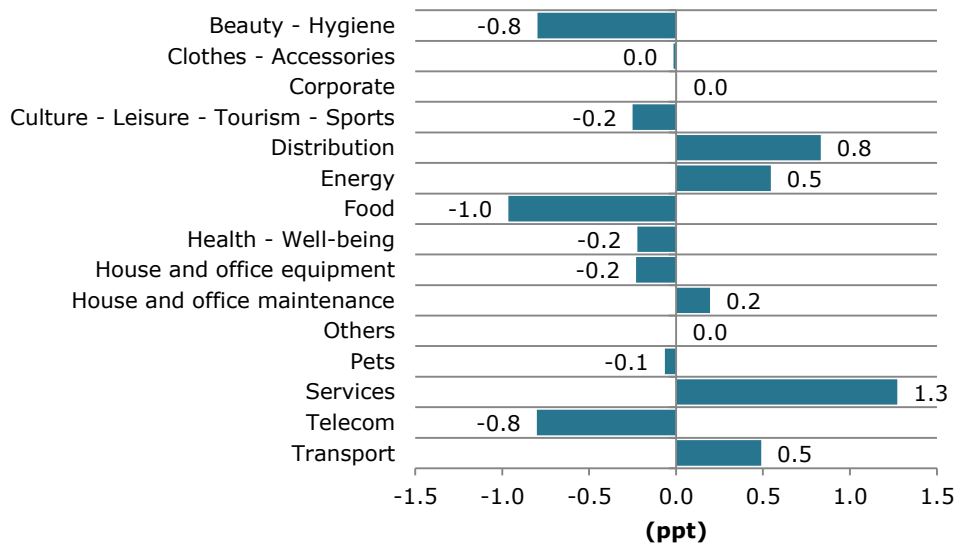
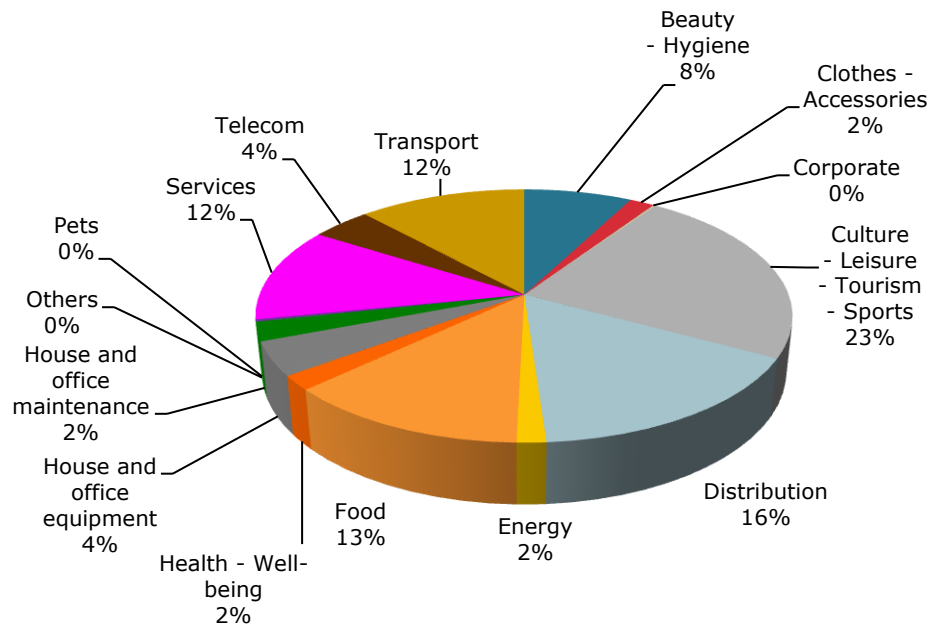
Als we naar het hele jaar 2012 kijken, dan is Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport met 23% de belangrijkste economische groep, op afstand gevolgd door Distributie (16%), Voeding (13%), Transport en Diensten (beiden 12%).

## Evolutie van de reclame-investeringen per economische groep

Juli 2012



## YTD 2012



■ Evolution YTD-1 (ppt)

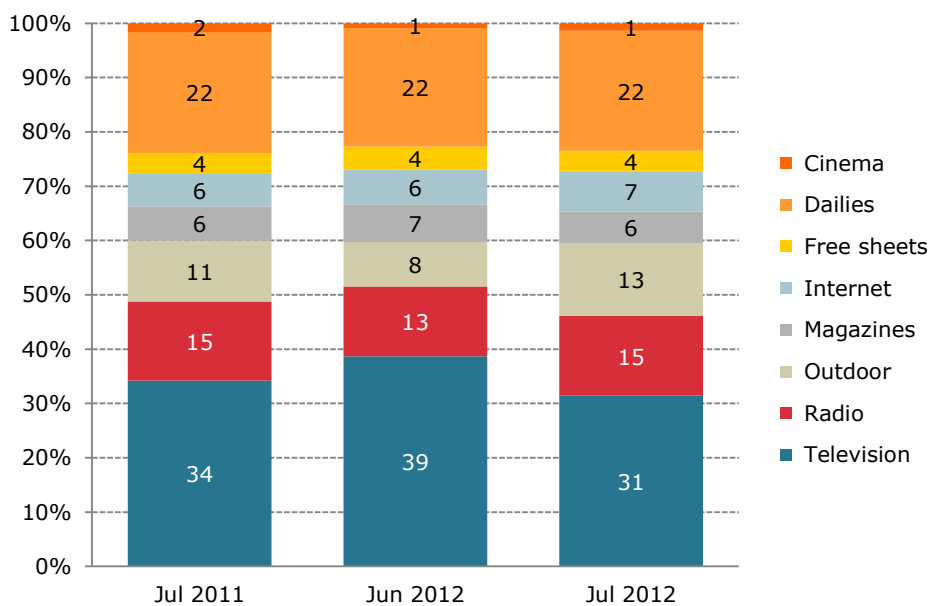
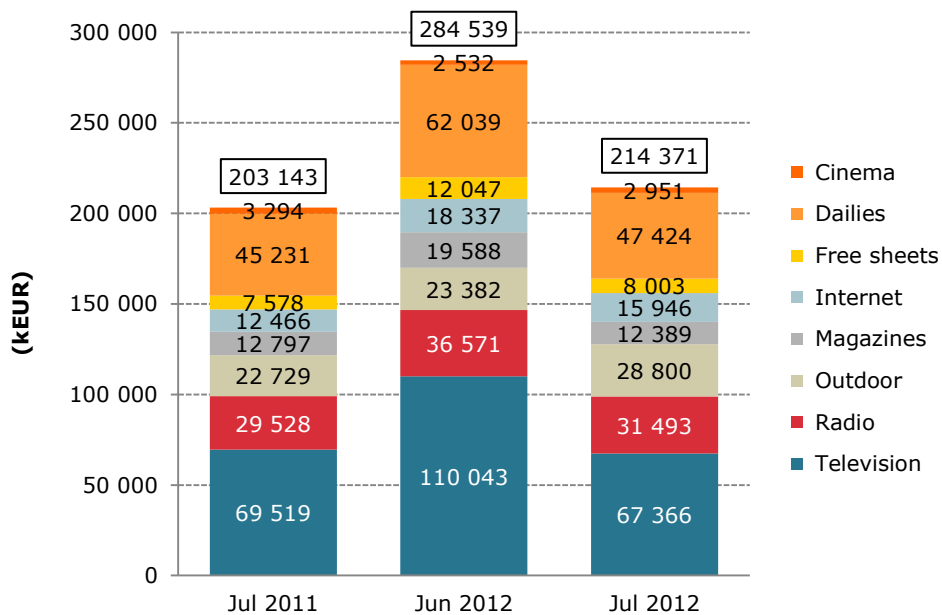
De meeste investeringen vinden we in juli bij TV: 67 miljoen Euro ofwel 31% van de totale reclame-investeringen en dit is 7.2 procentpunten minder dan vorige maand en ook 2.8 punten minder dan vorig jaar en hiermee is de TV de sterkste daler in juli.

Bekijken we de cijfers meer in detail, dan zien we dat affichage deze maand de beste cijfers kan voorleggen: het aandeel stijgt met 5.2 punten als we de vergelijking maken met vorige maand en komt zo op een niveau dat 2.2 punten hoger ligt dan in juli 2011.

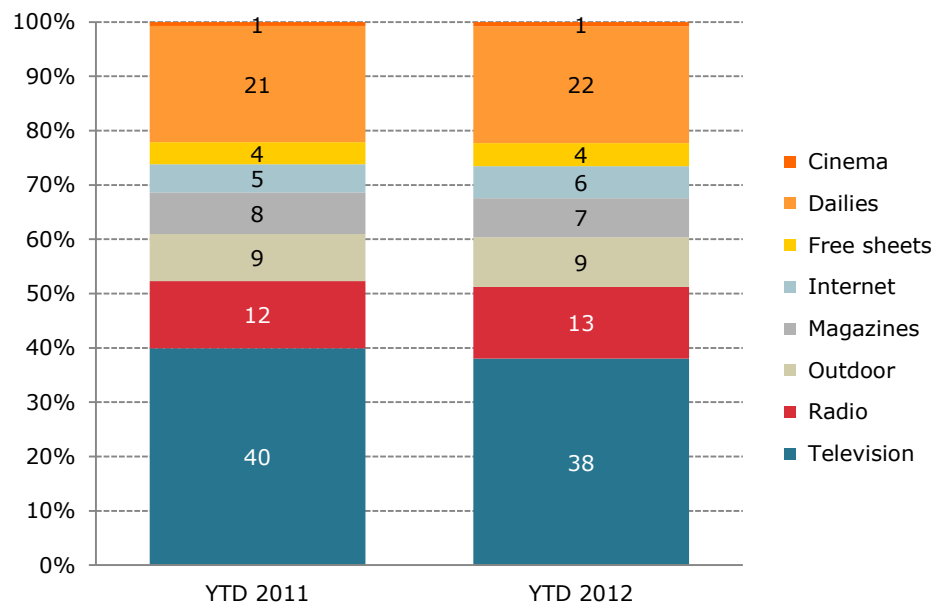
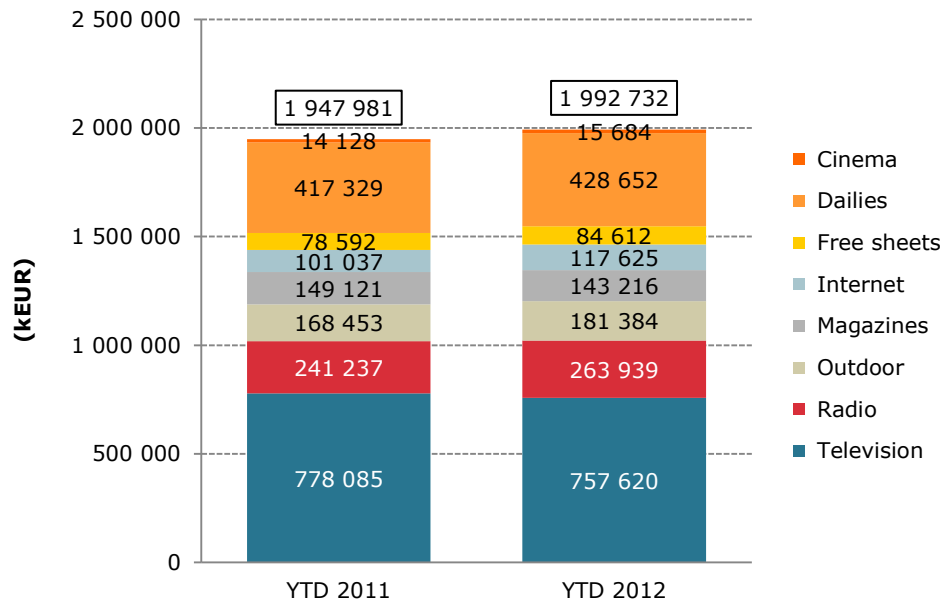
Indien we de periode januari – juli 2012 bekijken, dan zien we dat het nog steeds de radio is die het aandeel in vergelijking met de zelfde periode vorig jaar het sterkste ziet stijgen (+0.9 punt), terwijl dat van de TV het sterkste daalt (-1.9 punt).

## Evolutie van de reclame-investeringen per mediumtype

Juli 2012



## YTD 2012



Source: CIM MDB/MediaXim

Verantwoordelijke uitgevers:

Remi Boel  
Marie-Ange Wilkin  
Nelleke Kollqaku  
Stéphanie Piret

**OMD Belgium**

Charles Lemairestraat 1  
1160 Brussel  
Tel: +32 (0) 2 678 25 52  
Fax: +32 (0) 2 678 25 99

E-mail: [research.belgium@omnicommediagroup.com](mailto:research.belgium@omnicommediagroup.com)