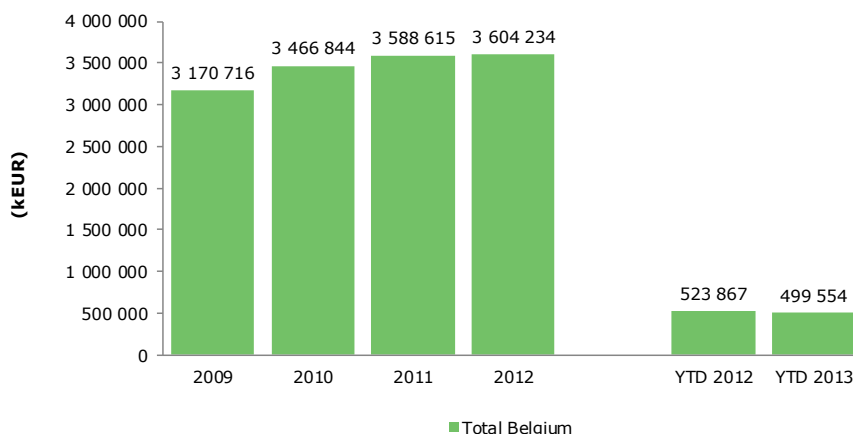




Reclame-investeringen Februari 2013

De totale reclame-investeringen voor de periode januari-februari bedroegen bijna 500 miljoen Euro ofwel 5% minder dan de zelfde periode vorig jaar.

Evolutie van de totale reclame-investeringen

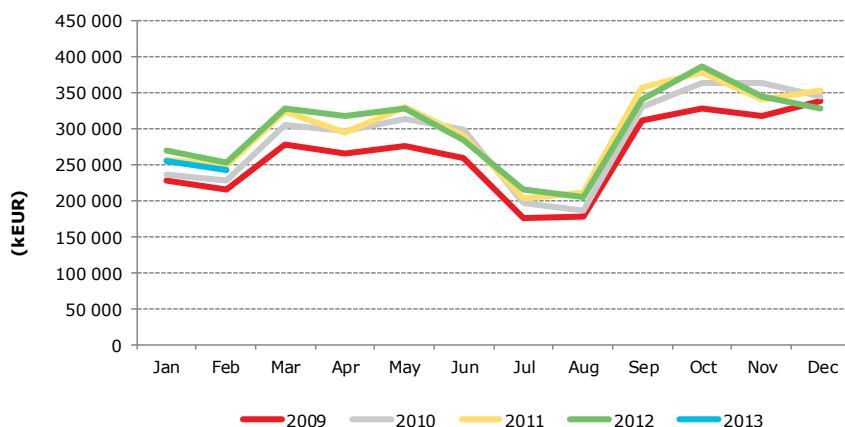


Indien we kijken naar de investeringen per maand, dan zien we dat er in februari 2013 voor ongeveer 244 miljoen Euro werd geïnvesteerd. Dit is 5% minder dan in januari en 4% minder dan vorig jaar.

Wel moeten we u er op wijzen dat:

- Produpress, Trustmedia en VMMA: investeringen Internet ontbreken voor januari en februari
- Vers l'Avenir Régional, Rondon en Proximag (ex-Passe Partout): investeringen ontbreken voor januari en februari
- Discovery NL: investeringen ontbreken voor februari

Evolutie van de reclame-investeringen per maand



Reclame-investeringen Februari 2013

Kijken we naar de investeringen per economische groep, dan zien we dat we de meeste investeringen in februari 2013 in de economische groep Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport terugvinden: 25% ofwel een niveau dat 2.1 punten hoger ligt dan vorige maand, maar 1.6 punt lager dan in februari vorig jaar.

Kijken we naar de andere economische groepen dan zien we dat de economische groep Uitrusting Woning-Bureau de beste cijfers kan voorleggen; in vergelijking met vorige maand stijgt het aandeel met 2.8 procentpunten en komt daardoor op een niveau dat 2.8 punten hoger ligt dan vorig jaar.

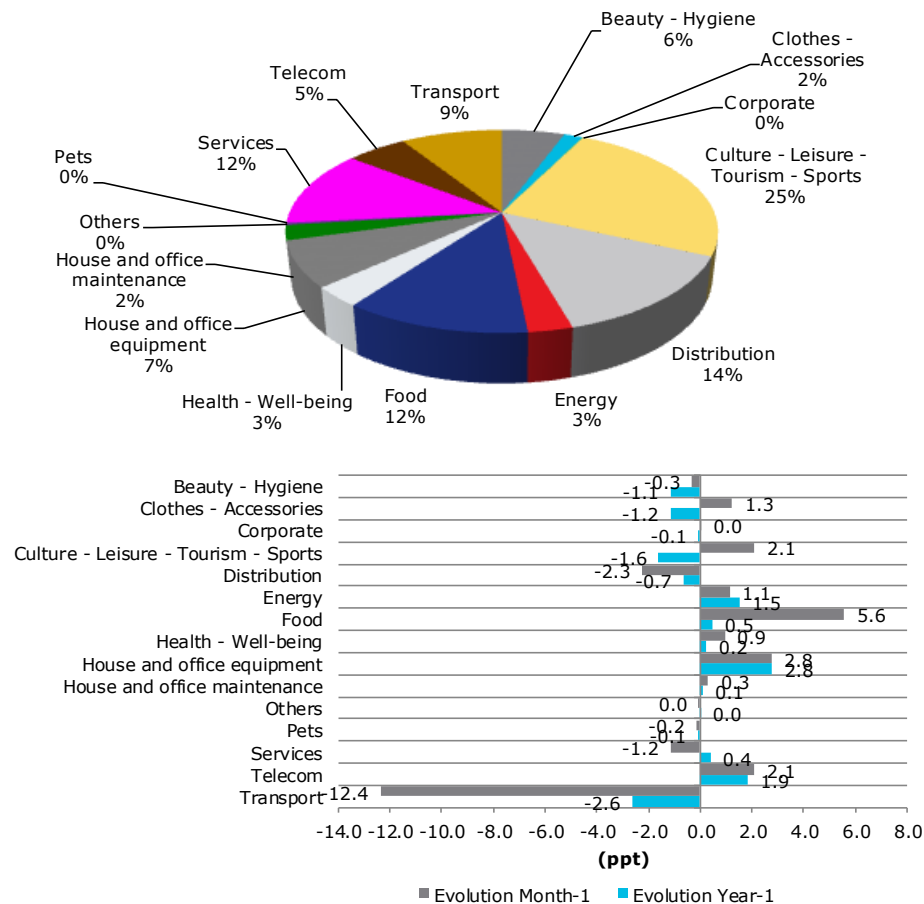
Ook de economische groep Voeding ziet het aandeel in vergelijking met vorige maand sterk stijgen (+5.6 punten) en komt op een niveau dat vergelijkbaar is met dat van vorig jaar (+0.5 punt).

Kijken we naar de dalers, dan vallen voornamelijk de resultaten van de economische groep Transport op; ten opzichte van januari, de maand van het autosalon, daalt het aandeel met 12.4 punten en ook ten opzichte van februari vorig jaar daalt het aandeel sterk: -2.6 punten.

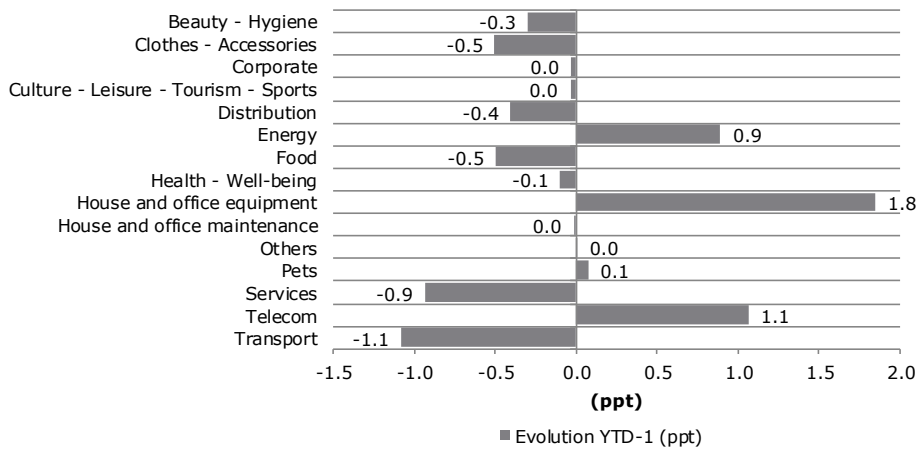
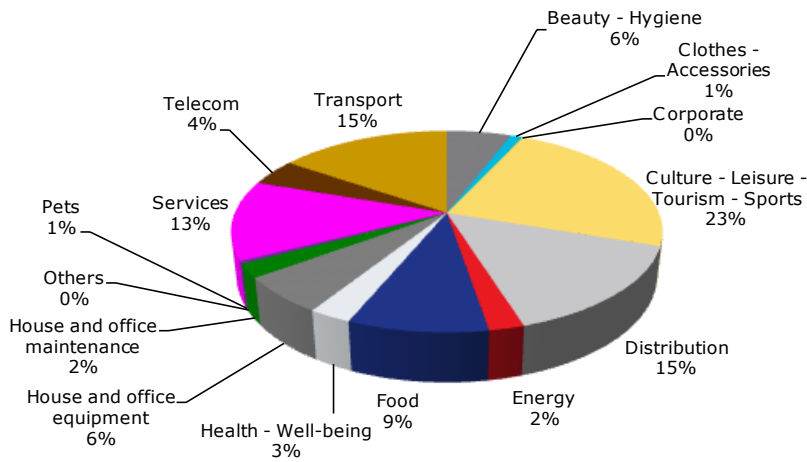
Als we naar het hele jaar 2013 kijken, dan is Cultuur, toerisme, vrije tijd en sport met 23% de belangrijkste economische groep, op afstand gevolgd door Distributie (15%), Transport (15%) en Diensten (13%).

Evolutie van de reclame-investeringen per economische groep

Februari 2013



YTD 2013



Reclame-investeringen Februari 2013

De meeste investeringen vinden we in februari bij TV: 97 miljoen Euro ofwel 40% van de totale reclame-investeringen en dit is 5.6 procentpunten meer dan vorige maand en ook 0.7 punt meer dan vorig jaar en hiermee is TV de sterkste stijger in februari.

Bekijken we de cijfers meer in detail, dan zien we dat de kranten het aandeel ten opzichte van vorige maand het sterkste zien dalen (-4.6 punten), maar desondanks op een niveau komen dat vergelijkbaar is met dat van vorig jaar.

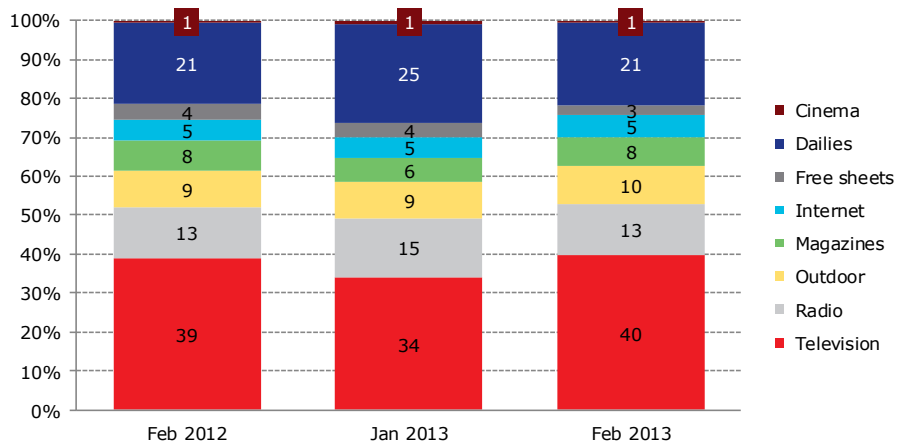
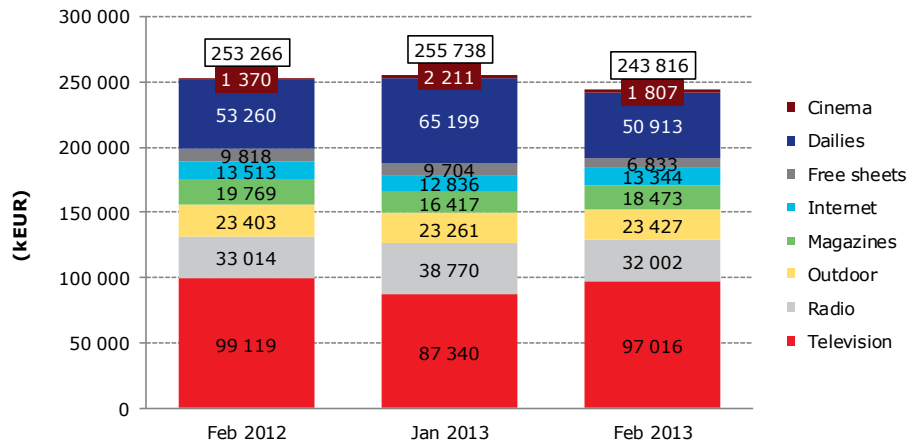
Het zijn de gratis regionale bladen die het aandeel in vergelijking met vorig jaar het sterkste zien dalen: -1.1 punt. Deze daling kan echter in zijn geheel verklaard worden door het feit dat de investeringen van Rondon en Proximag (voorheen Passe Partout), momenteel niet in de cijfers zijn opgenomen.

Indien we de periode januari-februari bekijken, dan zien we dat het de televisie is die het aandeel in vergelijking met de zelfde periode vorig jaar het sterkste ziet stijgen (+1.1 punt), terwijl dat van Internet (-1.0 punt) en de gratis regionale pers (-0.9 punt) het sterkste daalden.

Met name de daling van het Internet-aandeel is opvallend. Bekijken we de Internet-cijfers meer in detail, dan zien we dat het met name de investeringen van januari zijn die ten opzichte van het jaar ervoor flink daalden (-33%), terwijl dat de investeringen van februari eerder in lijn liggen (-1%). Het was met name de sector Banken-Kredieten-Verzekeringen die in januari gevoelig minder investeerde.

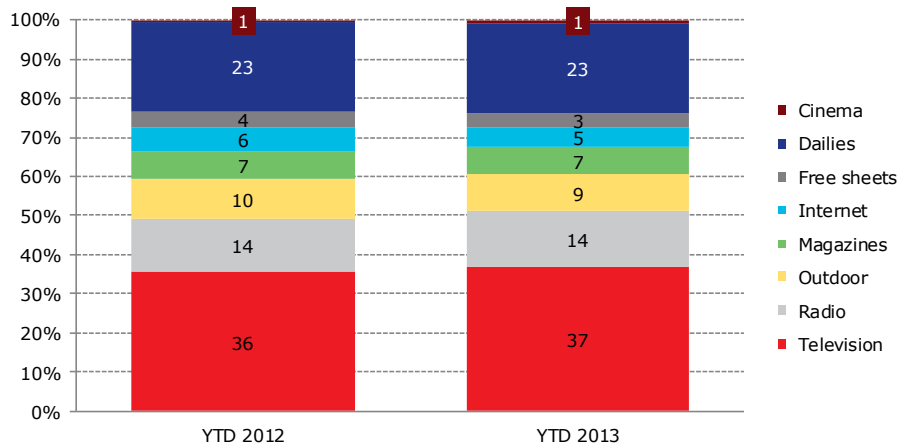
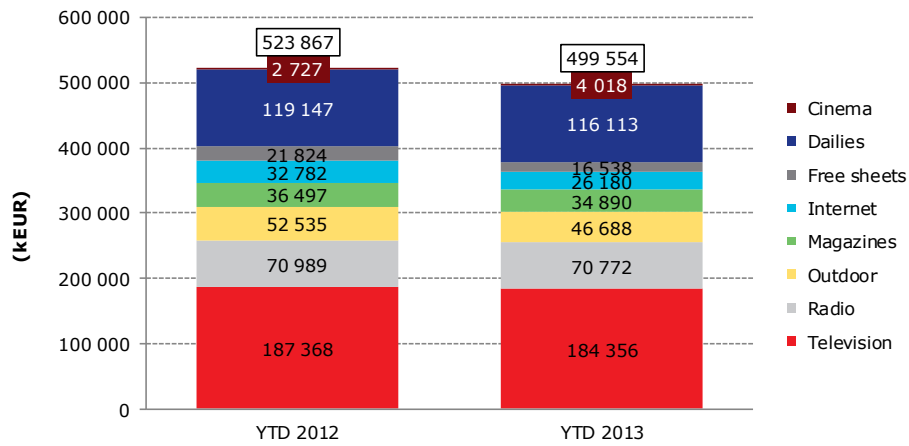
Reclame-investeringen Februari 2013

Evolutie van de reclame-investeringen per mediumtype Februari 2013



Reclame-investeringen Februari 2013

YTD 2013



Evolutie van de reclame-investeringen per adverteerdersgroep

Ranken we de investeringen per adverteerdersgroep en laten we de regionale adverteerdersgroepen buiten beschouwing, dan zien we dat D'Ieteren Group in de periode januari-februari 2013 de belangrijkste adverteerdersgroep is. D'Ieteren Group wordt op afstand gevolgd door Procter & Gamble Benelux en PSA Peugeot Citroen.

Maken we de vergelijking met de zelfde periode vorig jaar, dan zien we dat de Top sterk gewijzigd is; onder andere Procter & Gamble Benelux, Renault-Nissan Alliance en Unilever verlaagden de investeringen gevoelig, terwijl die van D'Ieteren Group, General Motors Corp. En Reckitt & Benckiser sterk toenamen. De grootste stijger is GDF Suez Group, dat van de 121^e naar de 25^e plaats stijgt.

Rank YTD 2013		2012 (EUR)	YTD 2012 (EUR)	YTD 2013 (EUR)	Evolution (index)	Rank 2012	Rank YTD 2012
1	D'IETEREN GROUP	63 094 766	14 527 539	15 830 137	↑ 109	3	2
2	PROCTER & GAMBLE BENELUX	126 996 181	15 671 790	12 934 177	↓ 83	1	1
3	PSA PEUGEOT CITROEN	58 066 680	11 712 557	11 361 962	↓ 97	4	3
4	RENAULT-NISSAN ALLIANCE	42 029 837	11 559 810	7 956 861	↓ 69	10	4
5	VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ	48 247 378	7 321 036	7 774 227	↑ 106	8	6
6	GENERAL MOTORS CORP.	25 620 898	6 284 757	7 417 912	↑ 118	24	11
7	RECKITT & BENCKISER	46 347 571	4 647 659	7 304 681	↑ 157	9	17
8	UNILEVER	101 380 192	8 770 710	7 070 134	↓ 81	2	5
9	FORD AUTOMOTIVE GROUP	27 301 651	5 988 827	6 863 878	↑ 115	22	12
10	BELGACOM GROUP	56 779 882	6 633 780	6 415 135	↓ 97	5	9
11	COLRUYT	31 388 380	5 006 901	5 918 370	↑ 118	17	15
12	L'OREAL GROUP	52 135 361	6 970 464	5 511 812	↓ 79	6	7
13	AXA GROUP	10 374 765	3 808 317	5 297 271	↑ 139	68	25
14	MONDELEZ INTERNATIONAL	n.a.	n.a.	5 245 068	-	-	-
15	LIDL & CO	38 139 242	6 653 819	5 214 182	↓ 78	11	8
16	KPN BELGIUM	16 317 319	1 697 785	5 005 188	↑ 295	40	72
17	ROULARTA MEDIA GROUP	32 923 888	4 088 992	4 519 796	↑ 111	14	19
18	GEMEENSCHAPPEN EN GEWESTEN	31 782 737	3 352 334	4 508 257	↑ 134	16	34
19	COCA-COLA BELGIUM-LUXEMBOURG	51 780 417	3 694 480	4 479 475	↑ 121	7	28
20	MARS INCORPORATED	20 199 817	3 765 243	4 438 051	↑ 118	36	26
21	TOYOTA BELGIUM	13 502 183	3 970 910	4 126 145	↑ 104	51	22
22	DE PERSGROEP	32 461 066	6 513 397	3 745 253	↓ 58	15	10
23	ING GROEP	23 076 300	4 759 524	3 694 903	↓ 78	32	16
24	BMW GROUP BELGIUM	20 052 438	5 127 591	3 690 928	↓ 72	37	14
25	GDF SUEZ GROUP	14 464 303	783 438	3 645 672	↑ 465	48	121
26	CORELIO GROEP	28 619 770	3 712 697	3 637 526	↓ 98	21	27
27	NATIONALE LOTERIJ	34 033 379	3 370 210	3 592 671	↑ 107	13	33
28	CLT-UFA	25 394 208	2 795 232	3 587 510	↑ 128	26	45
29	DAIMLER BENZ GROUP	30 313 792	3 819 965	3 557 315	↓ 93	18	24
30	SANOMA MAGAZINES FINLAND	26 657 039	3 316 020	3 482 202	↑ 105	23	35

* Generic regional advertiser groups excluded

Source: CIM MDB & MediaXim



Verantwoordelijke uitgevers:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OMD

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