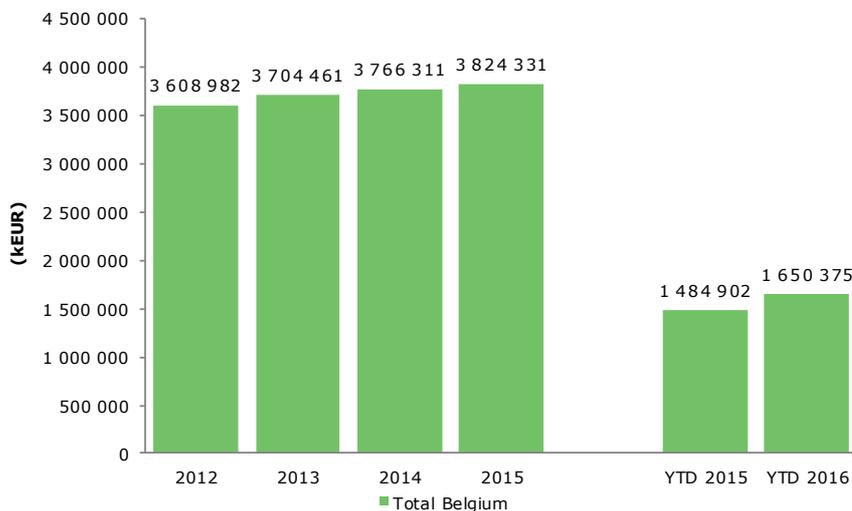




Investissements publicitaires - Mai 2016

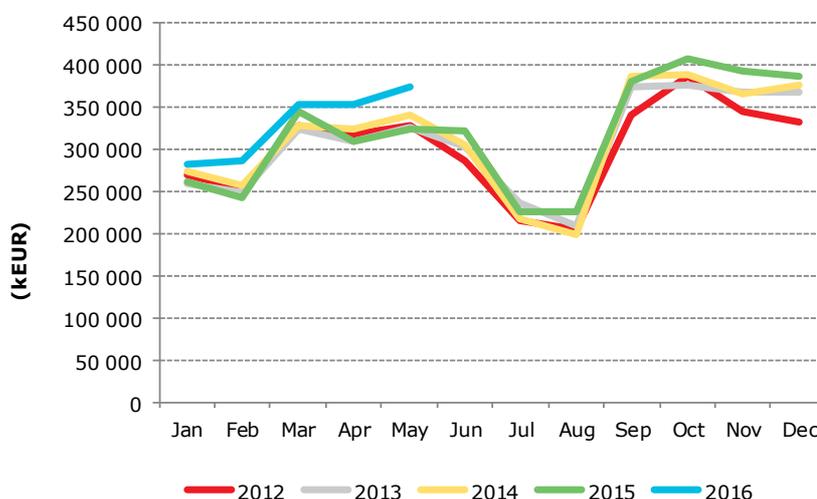
Les investissements publicitaires de la période janvier-mai s'élèvent à 1.65 milliard d'euros, soit 11% de plus que l'an dernier.

Évolution du total des investissements publicitaires



Si l'on considère l'évolution mensuelle des investissements, nous observons toujours une énorme croissance en mai : les investissements publicitaires progressent de 6% par rapport au mois dernier et de 15% par rapport à mai 2015.

Évolution mensuelle des investissements publicitaires



Investissements publicitaires - Mai 2016

À noter toutefois:

- Ont été incorporés à l'étude :
 - Disney Junior Fr/NL (TV, en mai)
 - Evenaar (TV, en avril)
- Les investissements Internet de Mediahuis sont incomplets au mois de mai

En ce qui concerne les groupes économiques, le groupe Culture, tourisme, loisirs et sport représente la part la plus importante des investissements de mai 2016 : 23%, soit un niveau comparable au mois dernier (-0.2 point de pourcentage) et de 0.8 point inférieur à mai 2015.

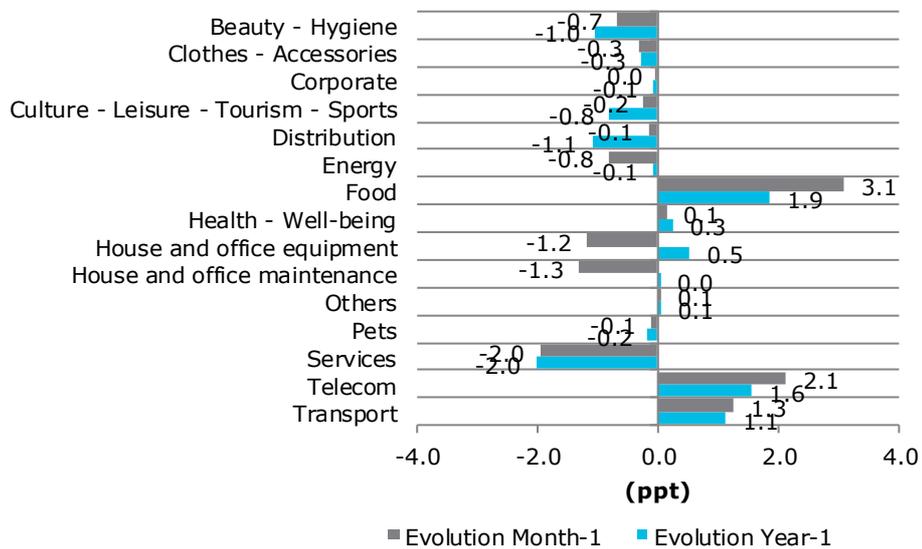
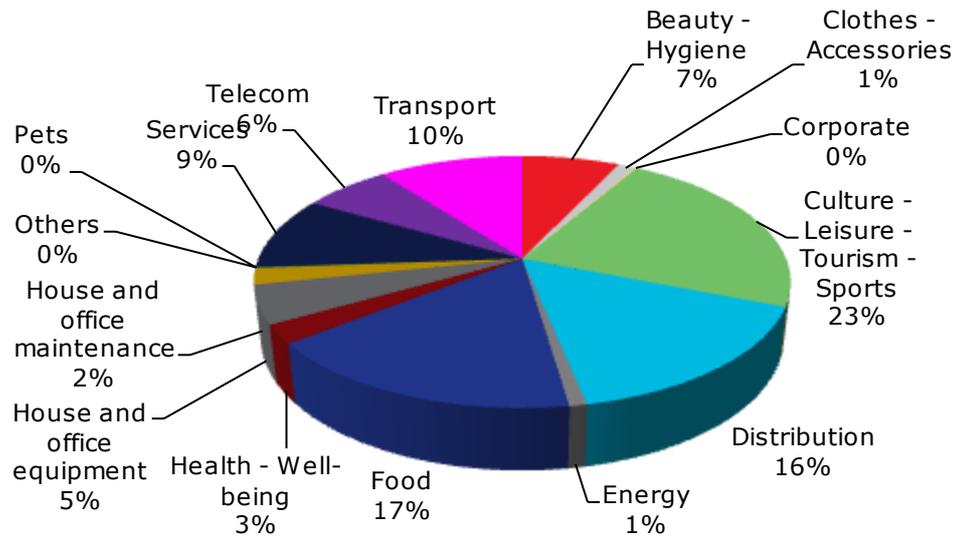
Quant aux autres groupes, c'est le groupe économique Alimentation qui présente les meilleurs résultats; sa part progresse de 3.1 points par rapport à avril pour atteindre un niveau de 1.9 point supérieur à celui de l'an dernier.

Le groupe économique Telecom voit également sa part progresser fortement, tant par rapport au mois dernier qu'en glissement annuel : respectivement +2.1 et +1.6 point(s).

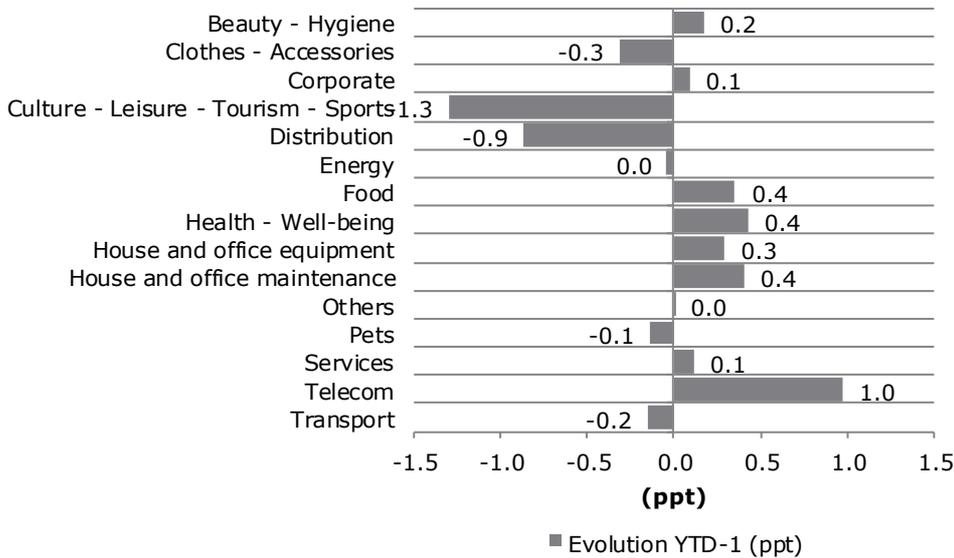
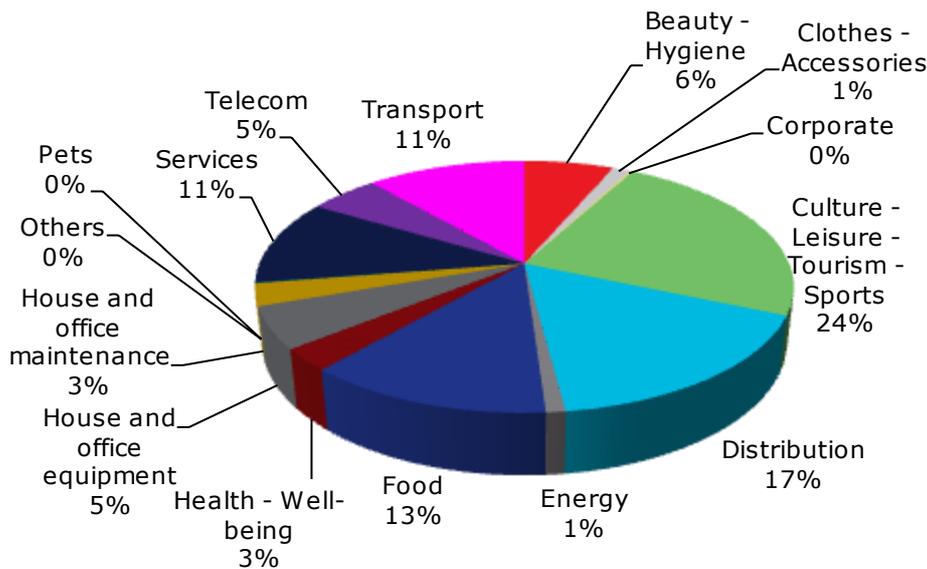
Le groupe Services, par contre, connaît une toute autre évolution. C'est le groupe dont la part recule le plus fortement : -2.0 points par rapport au mois dernier et à l'an dernier.

Sur l'ensemble de la période janvier-mai, c'est le groupe économique Telecom dont la part augmente le plus (+1.0 point), tandis que la part du groupe économique Culture, tourisme loisirs et sports diminue le plus fortement (-1.3 point).

Évolution des investissements publicitaires par groupe économique
Mai 2016



Évolution des investissements publicitaires par groupe économique
Janvier-Mai 2016



Investissements publicitaires - Mai 2016

Quant aux médias, la télévision concentre la part la plus importante des investissements de mai : environ 177 millions d'euros, soit 47% du total des investissements publicitaires. Cela représente une croissance de 1.0 point de pourcentage par rapport au mois dernier et de 2.5 points en glissement annuel.

En ce qui concerne les autres médias, l'affichage présente également de bons résultats; sa part augmente de 2.3 points par rapport à avril et dépasse de 1.1 point le niveau de l'an dernier.

La part de la radio, d'Internet, de la presse régionale gratuite et du cinéma demeure assez stable par rapport au mois dernier. Par rapport à l'an dernier, nous notons une diminution de la part de la radio et d'Internet (respectivement -1.1 et -1.0 point). La part du cinéma diminue légèrement (-0.4 point) et celle de la presse régionale gratuite demeure stable.

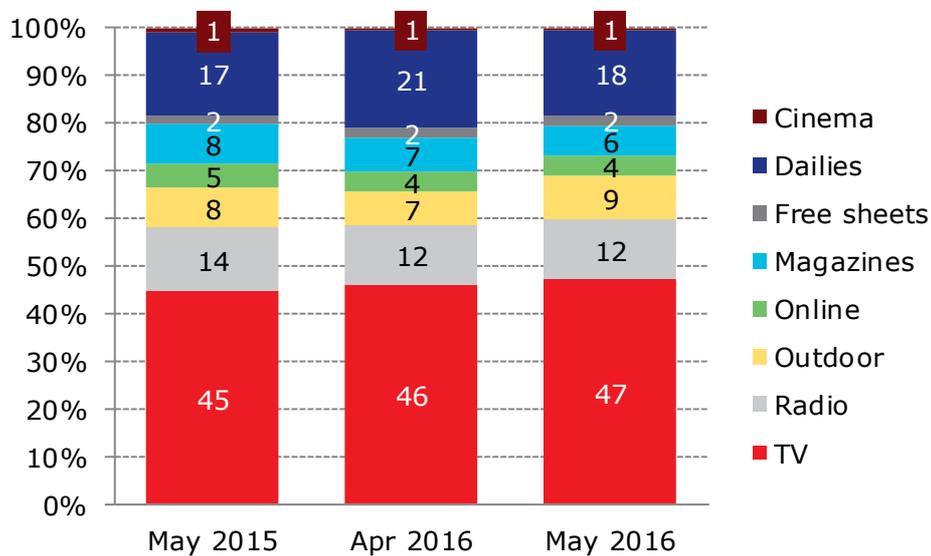
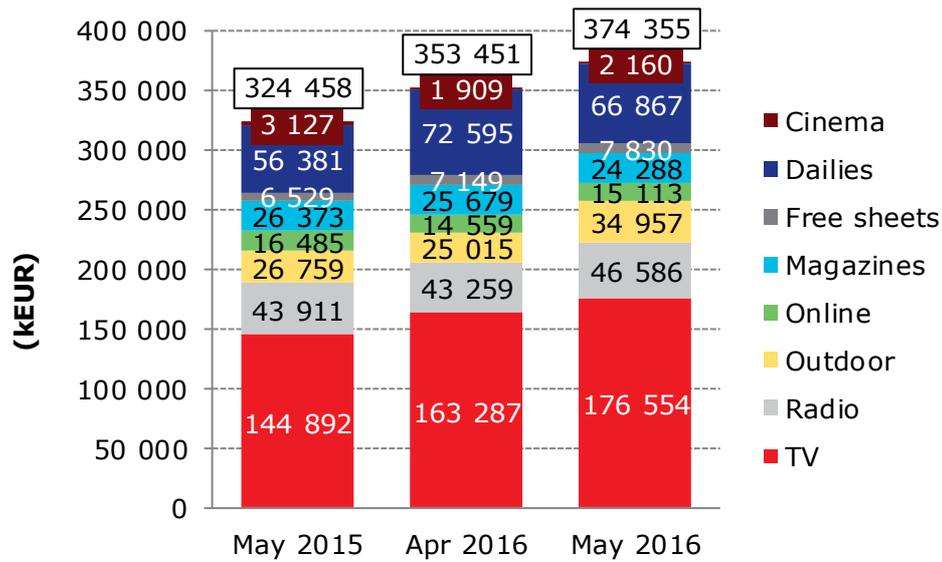
Quant aux journaux, leur part diminue fortement par rapport à avril (-2.7 points), mais atteint un niveau de 0.5 point supérieur à celui de l'an dernier.

Ce sont les magazines qui reculent le plus fortement par rapport à l'an dernier : leur part recule de 0.8 point par rapport à avril et se situe 1.6 point sous le niveau de mai 2015

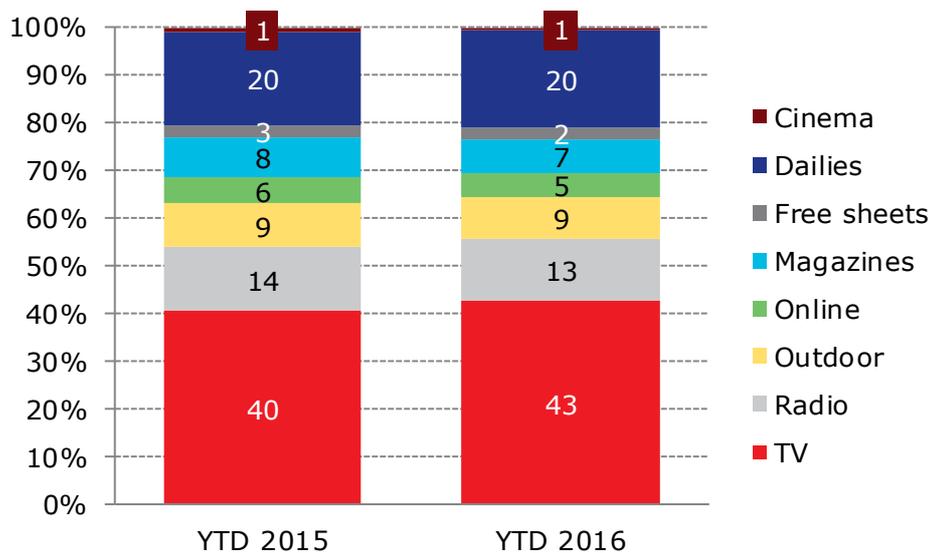
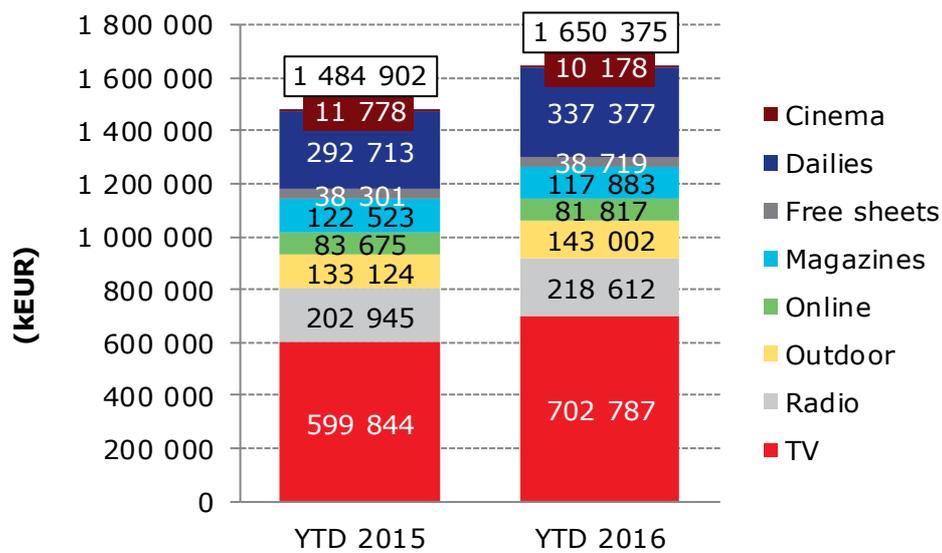
Sur l'ensemble de la période janvier-mai, c'est la part de la télévision qui progresse le plus fortement en glissement annuel (+2.2 points). Celle des journaux augmente également (+0.7 point), alors que celle du cinéma, de la radio, de la presse régionale gratuite et de l'affichage reste assez stable. La part d'Internet, enfin, diminue de 0.7 point et celle des magazines de 1.1 point.

Évolution des investissements publicitaires par média

Mai 2016



Évolution des investissements publicitaires par média
Janvier-Mai 2016



Évolution des investissements publicitaires par Advertiser group

Si l'on classe les groupes sur la période janvier-mai en excluant les annonceurs régionaux, Procter & Gamble occupe toujours la première place et ce grâce à une augmentation de 61% de ses investissements. D'Teteren Group se classe à la seconde position, suivi de Reckitt & Benckiser et Proximus Groep, dont les investissements augmentent eux aussi sensiblement (+56%), dépassant Unilever.

Par rapport à l'année dernière, nous notons une forte augmentation des investissements d'une majorité des groupes du Top 30.

C'est Ahold Delhaize dont les investissements augmentent le plus fortement; le groupe se classe 18^{ème}, soit une progression de 558 rangs. Telenet Group Holding et Anheuser Busch Inbev montent également fortement dans le classement : les investissements de Telenet augmentent de 97%, ce qui se traduit par le gain de 22 rangs, et ceux de Anheuser Busch Inbev de 96%, soit une progression de 21 rangs.

À l'inverse, parmi les groupes en recul, nous relevons surtout Daimler Benz Group, dont les investissements diminuent de 6%, soit un recul de 11 rangs dans le classement.

Rank YTD 2016		2015 (kEUR)	YTD 2015 (kEUR)	YTD 2016 (kEUR)	Evolution (index)	Rank 2015	Rank YTD 2015
1	PROCTER & GAMBLE BENELUX	101 290	31 687	51 029	↑ 161	1	3
2	D'TETEREN GROUP	74 015	36 194	41 521	↑ 115	3	1
3	RECKITT & BENCKISER	69 681	33 699	35 308	↑ 105	5	2
4	PROXIMUS GROEP	71 860	22 375	34 875	↑ 156	4	5
5	UNILEVER	79 528	31 225	32 610	↑ 104	2	4
6	MEDIAHUIS	50 941	19 492	22 474	↑ 115	9	7
7	DE PERSGROEP	39 797	16 459	21 702	↑ 132	12	12
8	RENAULT-NISSAN ALLIANCE	39 625	18 528	21 537	↑ 116	13	9
9	DANONE GROUP	36 565	11 280	20 261	↑ 180	15	18
10	MEDIAAAN	52 433	16 911	19 762	↑ 117	8	11
11	PSA PEUGEOT CITROEN	43 118	18 294	19 350	↑ 106	11	10
12	COCA-COLA COMPANY	60 424	20 028	17 454	↓ 87	6	6
13	TELENET GROUP HOLDING	33 575	8 513	16 783	↑ 197	18	35
14	ROULARTA MEDIA GROUP	34 514	14 019	14 918	↑ 106	17	15
15	MONDELEZ INTERNATIONAL	28 258	12 741	14 869	↑ 117	26	16
16	COLRUYT GROUP	55 259	19 266	14 845	↓ 77	7	8
17	CARREFOUR GROEP	34 934	11 019	14 615	↑ 133	16	20
18	AHOLD DELHAIZE	18 620	284	13 985	↑ 4 928	36	576
19	ANHEUSER BUSCH INBEV	23 053	7 141	13 981	↑ 196	32	40
20	L'OREAL GROUP	45 710	15 583	13 636	↓ 88	10	13
21	BEIERSDORF	23 893	10 531	12 772	↑ 121	31	23
22	ING GROEP	31 241	14 205	12 411	↓ 87	20	14
23	LIDL & CO	26 051	8 941	12 253	↑ 137	28	32
24	BMW GROUP BELGIUM	25 488	9 428	11 949	↑ 127	29	30
25	NESTLE GROUP	36 777	11 848	11 817	→ 100	14	17
26	BELFIUS BANK & VERZEKERINGEN	22 012	8 810	11 767	↑ 134	33	34
27	FRANCE TELECOM	33 222	10 965	11 696	↑ 107	19	22
28	GENERAL MOTORS CORP.	18 044	9 120	11 393	↑ 125	37	31
29	GEMEENSCHAPPEN EN GEWESTEN	29 346	10 348	10 841	↑ 105	24	24
30	DAIMLER BENZ GROUP	29 423	11 244	10 619	↓ 94	23	19

* Generic regional advertiser groups excluded

Source: Nielsen



Éditeurs responsables:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
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