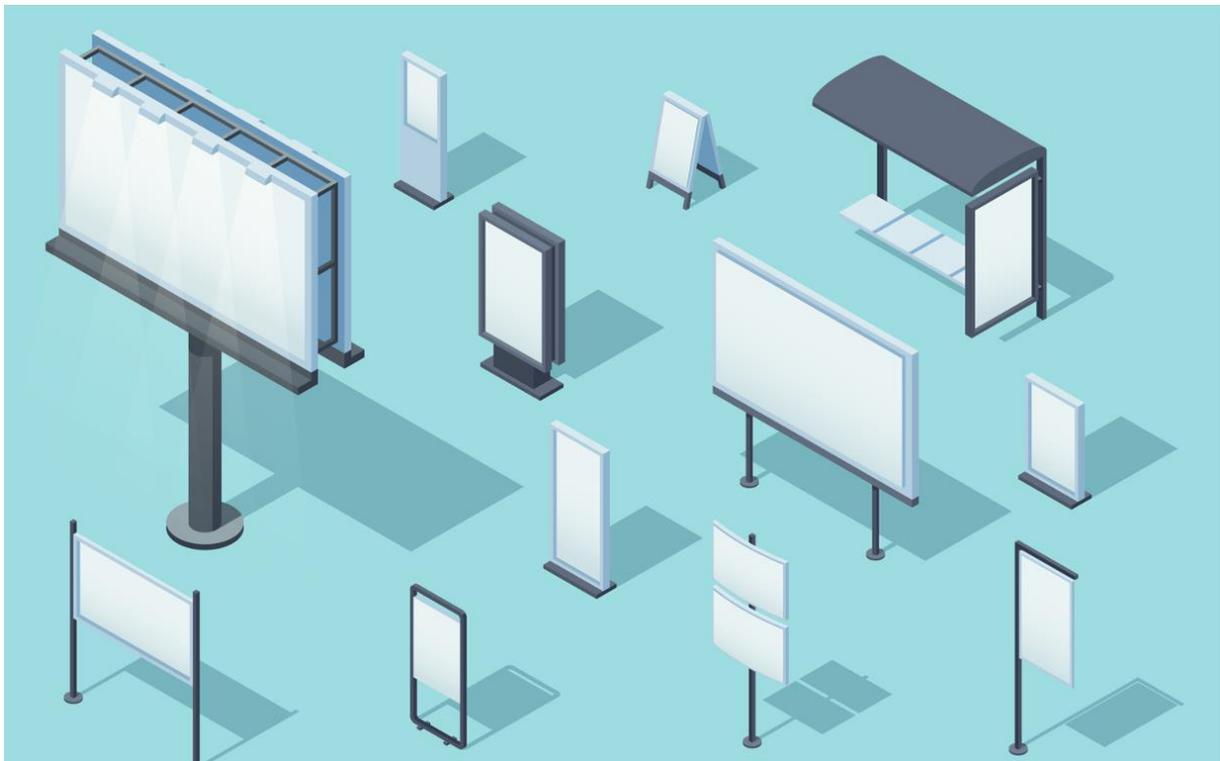


OOH Media investments Benchmark Jan-Jun 2023 / 22



Introduction

Voici le rapport de l'UMA concernant le Benchmark semestriel des dépenses médias nettes en affichage (médias OOH) en Belgique.

Ce rapport couvre les premiers semestres 2022 et 2023 et se base sur les dépenses médias nettes déclarées dans tous les formats publicitaires OOH, sans prendre en compte les coûts techniques et les taxes et les honoraires.

Les chiffres ont été déclarés par les agences médias dentsu, Havas, GroupM, Outsight, Rapport & Zigt.

Chaque agence a rempli un tableau reprenant les investissements nets dans les différents segments des médias OOH.

Ce Benchmark fait la distinction entre les formats digitaux (DOOH) et les autres formats OOH.

Le rapportage par les spécialistes de l'affichage comprend également la distinction entre les différentes manières dont les formats DOOH sont achetés : soit par réservations directes, soit par programmation.

Tous les chiffres nets, déclarés par les agences participantes ont été cumulés par segment de marché et compilés dans un rapport final par notre partenaire externe [Fideliu](#), dans le plus grand respect de la confidentialité.

Les tableaux ci-dessous montrent les évolutions au sein du marché des médias Out Of Home en Belgique entre les premiers semestres 2022 et 2023.

Benchmark OOH investments in K€ 1st Semester 2023 vs 2022

OOH Market	JAN - JUN 2023		JAN - JUN 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
Total OOH	39.337 €	69,3%	35.126 €	69,8%	112	99
Total DOOH	17.411 €	30,7%	15.199 €	30,2%	115	102
Grand Total	56.748 €	100,0%	50.325 €	100,0%	112,8	100

Avec une progression solide à deux chiffres, le marché global de l'affichage croît de 12,8% par rapport à la même période l'année dernière.

Le DOOH (Digital Out Of Home) progresse légèrement plus fort que le marché global, consolidant sa part de marché avec près de 31% des investissements totaux.

Le rapportage par les spécialistes de l'affichage comprend également la distinction entre les différentes manières dont les formats DOOH sont achetés : soit par réservations directes, soit par programmation.

Le 'Programmatic Digital Out Of Home' (pDOOH) constitue le segment de marché avec la plus forte croissance. Ce mode d'achat des formats digitaux a augmenté de 34% au cours du premier semestre de l'année et représente désormais 22% des ventes totales de DOOH.

Benchmark DOOH investments in K€ 1st Semester 2023 vs 2022

DOOH Market	JAN - JUN 2023		JAN - JUN 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
DOOH direct	13.583 €	78,0%	12.333 €	81,1%	110	96
P - DOOH	3.828 €	22,0%	2.866 €	18,9%	134	117
Total DOOH	17.411 €	100,0%	15.199 €	100,0%	114,6	100

Bureaus et filiales repris dans le total UMA:

Dentsu Belgium (Posterscope), GroupM (EssenceMediacom, MediaCom, Mindshare, Wavemaker), Havas Media, Mediabrands (Initiative, UM, Rapport), OmnicomMediaGroup (Phd, OMD, Semetis), Outsight, Publicis Groupe, Serviceplan (Mediaplus), Space et Zigt.

UMA

**Tedescolaan 41
1160 Brussel**

www.uma.be

E-mail: max@uma.be