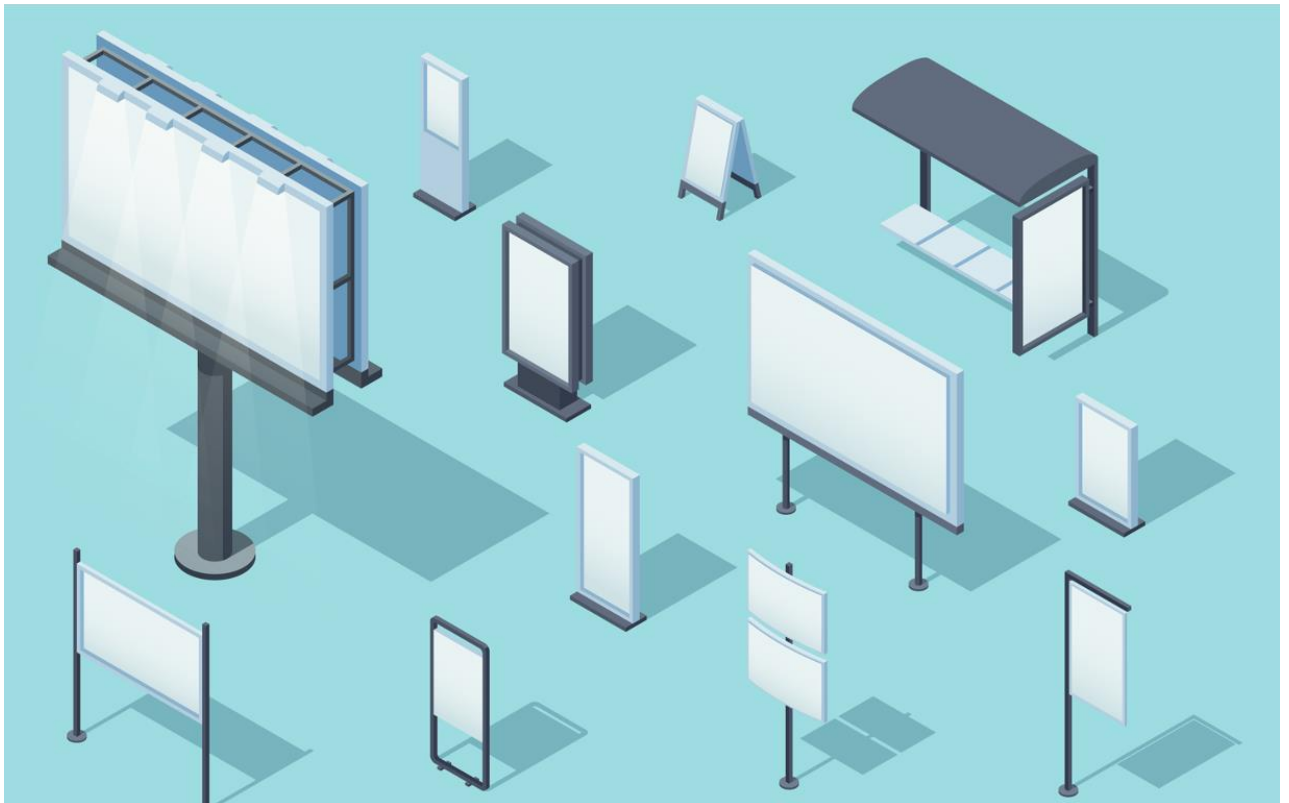


OOH Media investments Benchmark Belgium - Luxemburg Jan-Jun 2024 /23



Introduction

Voici le rapport de l'UMA concernant le Benchmark semestriel des dépenses médias nettes en affichage (médias OOH) en Belgique et au Grand-Duché du Luxembourg.

Ce rapport couvre les premiers semestres 2024 et 2023 et se base sur les dépenses médias nettes déclarées dans tous les formats publicitaires OOH, sans prendre en compte les coûts techniques, les taxes et les honoraires.

Les chiffres ont été déclarés par les agences médias Billups, dentsu, GroupM, Havas, 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 des investissements dans les médias Out Of Home sur les 2 marchés Belge et Luxembourgeois entre les premiers semestres 2024 et 2023.

Les investissements déclarés par les agences spécialisées de l'UMA sont rapportés avec une répartition entre les formats OOH classiques et le DOOH via les réservations directes et via 'l'achat programmatique'.

**Benchmark OOH investments in K€
Belgium & Luxemburg
1st Semester 2024 vs 2023**

	JAN - JUN 2024		JAN - JUN 2023		Evolution Index 24/23	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
Total OOH	49.105 €	70,1%	39.312 €	69,0%	125	101
Total DOOH	20.979 €	29,9%	17.629 €	31,0%	119	97
Grand Total	70.084 €	100,0%	56.941 €	100,0%	123	100

Première conclusion : l'affichage poursuit la tendance de 2022 et 2023 avec une croissance solide à deux chiffres. Le marché global de l'affichage croît de 25% par rapport à la même période l'année dernière.

Nous notons également une rupture de tendance par rapport aux 3 dernières années: le taux de croissance (+19%) des investissements en DOOH (Digital Out Of Home) ne dépasse plus celui du marché global de l'OOH, ce qui stabilise la part de marché du DOOH juste en dessous de 30%.

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.

**Benchmark DOOH investments in K€
Belgium & Luxemburg
1st Semester 2024 vs 2023**

	JAN - JUN 2024		JAN - JUN 2023		Evolution Index 24/23	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
DOOH Market						
DOOH direct	16.424 €	78,3%	13.793 €	78,2%	119	100
DOOH progr	4.555 €	21,7%	3.836 €	21,8%	119	100
Total DOOH	20.979 €	100,0%	17.629 €	100,0%	119	100

Dans le segment de marché de l'affichage numérique (DOOH) , la part de marché des investissements via le programmation reste stable. Environ 22% des investissements dans les campagnes d'affichage numérique sont réalisés par le biais d'outils et de plateformes programmatiques.

Agences médias et filiales repris dans le total UMA:

Billups, Dentsu Belgium, Havas Media, GroupM (EssenceMediacom, Mindshare, Wavemaker), Mediabrands (Initiative, UM, Rapport) et Zigt.

UMA

Tedescolaan 41

1160 Brussel

www.uma.be

E-mail: max@uma.be