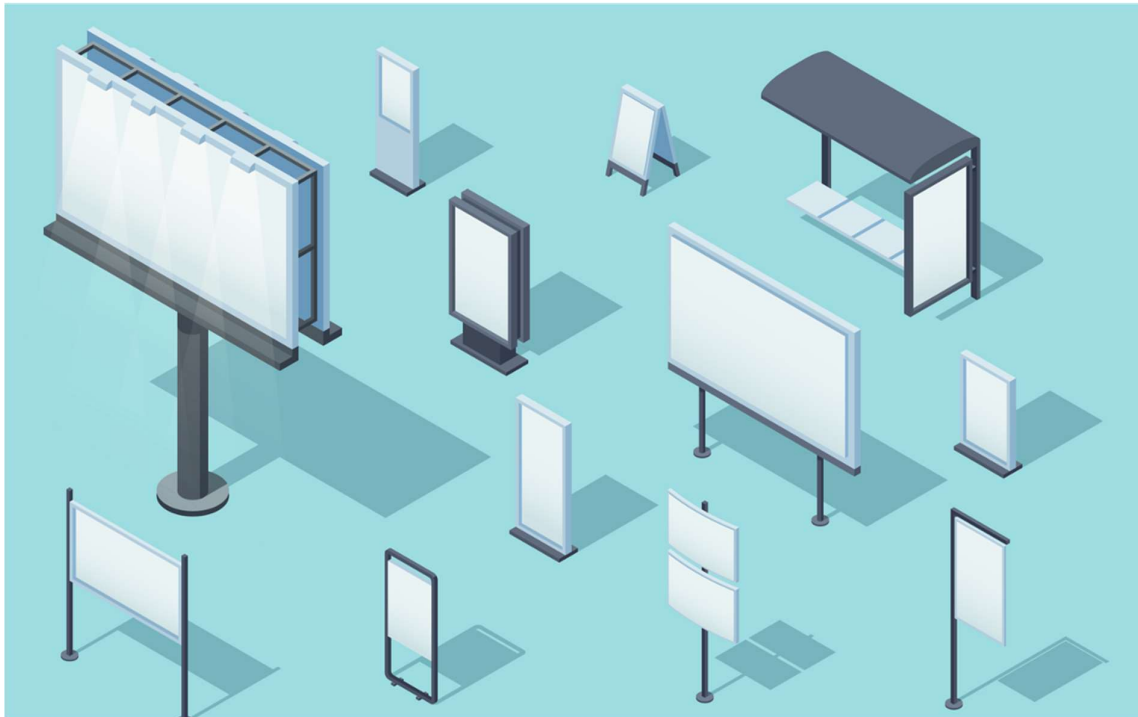


OOH Media investments Benchmark Jan-Dec 2023



Introduction

Voici le rapport de l'UMA concernant les évolutions des dépenses médias nettes en affichage (médias OOH) en Belgique pour 2023 par rapport à 2022.

Ce rapport 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 2022 et 2023.

Benchmark OOH investments in K€ Total Year 2023 vs 2022

OOH Market	JAN - DEC 2023		JAN - DEC 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
Total OOH	81.159 €	67,3%	72.402 €	69,9%	112	96
Total DOOH	39.467 €	32,7%	31.120 €	30,1%	127	109
Grand Total	120.627 €	100,0%	103.522 €	100,0%	116,5	100

Avec une progression solide à deux chiffres, le marché global de l'affichage croît de 16,5% en 2023. Le DOOH (Digital Out Of Home) continue de croître de façon beaucoup plus importante (+ 27%) que le marché global, en consolidant sa part de marché à près d'un tiers (32,7%) du total des investissements.

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 relative.

Ce mode d'achat des formats digitaux a vu augmenter le volume en chiffres d'affaires de 30% au cours de l'année 2023 et représente désormais 23,5% des ventes totales de DOOH.

Benchmark DOOH investments in K€ Total Year 2023 vs 2022

DOOH Market	JAN - DEC 2023		JAN - DEC 2022		Evolution Index 23/22	
	K€	% Market	K€	% Market	Investm	% Market
DOOH direct	30.185 €	76,5%	23.990 €	77,1%	126	99
P - DOOH	9.283 €	23,5%	7.130 €	22,9%	130	103
Total DOOH	39.467 €	100,0%	31.120 €	100,0%	126,8	100

Quand on analyse les évolutions depuis 2021, les tendances sont encore plus claires.

Benchmark DOOH investments in K€ Total Year 2023 - 2022 - 2021

OOH Market	2023				2022				2021	
	K€	Evol Y-2	% Market	Evol Y-2	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-1	K€	% Market
Total OOH	81.159 €	117	67,3%	89	72.402 €	104	69,9%	93	69.484 €	75,5%
Total DOOH	39.467 €	175	32,7%	134	31.120 €	138	30,1%	123	22.509 €	24,5%
Grand Total	120.627 €	131	100%		103.522 €	113	100%		91.993 €	100%

DOOH Market	2023				2022				2021	
	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-2	K€	Evol Y-1	% Market	Evol Y-1	K€	% Market
DOOH direct	30.185 €	146	76,5%	83	23.990 €	116	77,1%	84	20.702 €	92,0%
P - DOOH	9.283 €	514	23,5%	293	7.130 €	395	22,9%	285	1.807 €	8,0%
Total DOOH	39.467 €	175	100%		31.120 €	138	100%		22.509 €	100%

Ainsi on constate que:

- Le marché total des médias OOH a connu deux années successives deux progressions à 2 chiffres, qui résultent en une croissance totale de + 31%.
- La part de marché du Digital Out Of Home progresse en deux ans de un quart à un tiers (32,7%) du total des investissements.
- Le mode d'achat par 'programmatic' s'est imposé en deux ans et couvre presque un quart (23,5%) des investissements en DOOH

Bureaux et filiales repris dans le total UMA:

Dentsu Benelux (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