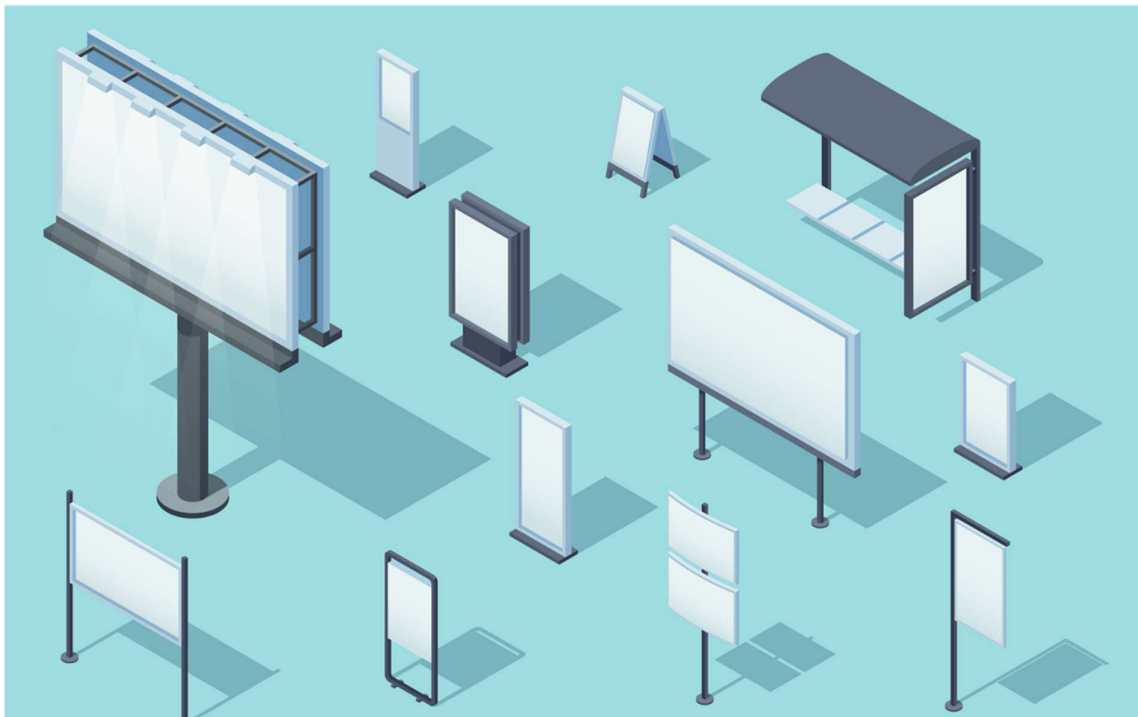


OOH Media investments Benchmark Jan-Dec 2023



Inleiding

Ziehier het UMA-rapport met betrekking tot de evolutie van de netto mediabestedingen in affichage (OH) in België voor 2023, vergeleken met die van 2022.

Dit verslag is gebaseerd op de verklaarde netto mediabestedingen in alle OOH-reclameformats, zonder rekening te houden met de technische kosten, belastingen en honoraria.

De cijfers werden meegedeeld door de mediabureaus dentsu, Havas, GroupM, Outsight, Rapport & Zigt.

Elk bureau vulde een tabel in met de netto bestedingen in de verschillende segmenten van de OOH-media.

Deze Benchmark maakt een onderscheid tussen de digitale (DOOH) en andere OOH-formaten.

De rapportering door de affichagespecialisten omvat ook het onderscheid tussen de verschillende manieren waarop DOOH-formaten aangekocht worden: via directe reservering ofwel via programmatic.

Alle netto cijfers zoals meegedeeld door de deelnemende bureaus, werden opgeteld per marktsegment en door onze externe partner [Fidelius](#) verwerkt in een eindrapport, uiteraard met de strikte naleving van hun vertrouwelijke karakter.

Onderstaande tabellen tonen de evoluties binnen de Out Of Home-media in België van 2022 tot 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

Met een stevige 'double digit' groei boekt de totale OOH-markt een vooruitgang van 16,5 % ten aanzien van dezelfde periode vorig jaar. DOOH (Digital Out Of Home) groeit nog iets sterker dan de globale markt (+27%) en versterkt zijn marktaandeel (goed voor 32,7% van de totale investeringen).

De reporting door de affichagespecialisten omvat ook het onderscheid tussen de verschillende aankoopwijzen van DOOH-formats: via directe reservering of programmatic. Uit de cijfers blijkt dat Programmatic Digital Out Of Home' (pDOOH) het sterkst groeiende marktsegment is.

Deze aankoopmodus van digitale formaten is in 2023 met 30% gegroeid en vertegenwoordigt nu 23,5% van de totale DOOH-verkoop.

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

Als we de evoluties sinds 2021 analyseren, zijn de trends nog duidelijker.

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

	2023				2022				2021	
OOH Market	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%

	2023				2022				2021	
DOOH Market	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%

Aldus kunnen we vaststellen dat:

- De totale markt van OOH-media twee jaar op een rij een double digit groei neerzet, wat leidt tot een totale groei van 31%.
- Het aandeel van Digital Out Of Home in twee jaar tijd evolueert van een kwart naar een derde van de totale bestedingen (32,7%).
- 'Programmatic' in twee jaar tijd zijn plaats veroverd heeft en goed is voor bijna een kwart (23,5%) van de bestedingen in DOOH.

Bureaus en filialen opgenomen in het UMA-totaal:

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

UMA

Tedescolaan 41

1160 Brussel

www.uma.be

E-mail: max@uma.be