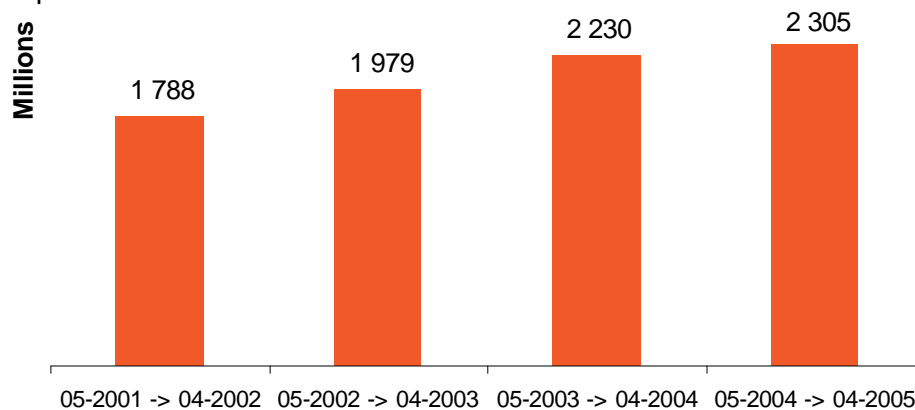


L'analyse MDB de Scripta

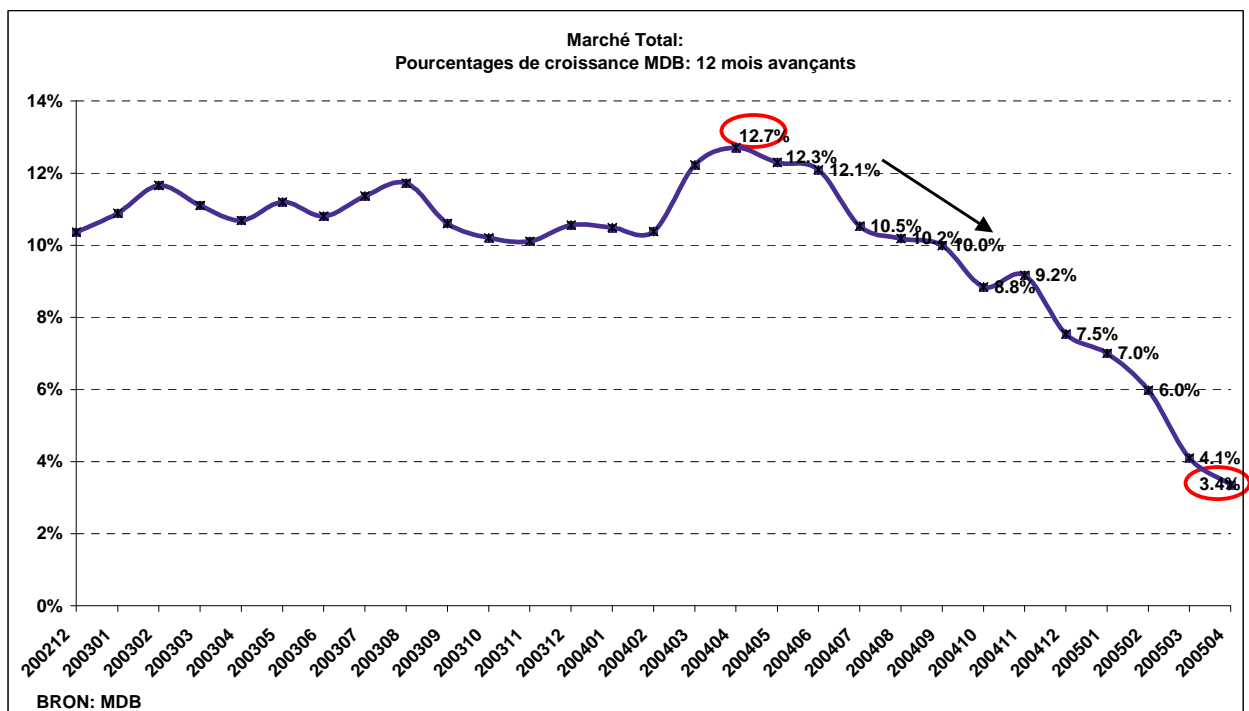
Mai 2004 – avril 2005

Pour la période de mai 2004 à avril 2005, le total des investissements publicitaires s'élève à 2.3 milliard d'Euro. Cela représente une augmentation de 3.4% par rapport aux 12 mois précédents. C'est une évolution bien plus petite que les périodes précédentes, lorsque la croissance était de 10.7% et de 12.7%.

Par rapport à il y a 4 ans (05-2001->04-2002) , le chiffre brut des investissements médias totaux est 30% plus élevés.



En comparant les pourcentages de croissance sur une période de 12 mois, nous constatons que la croissance des investissements médias a connu une très forte chute à partir du deuxième semestre 2004, allant de 12.7% à 3.4%.



	05-2003 -> 04-2004	05-2004 -> 04-2005	Evolution	PDM 05-2004 -> 04-2005
AFFICHAGE	196 601 717	204 258 699	3.9%	8.9%
CINEMA	24 070 349	26 534 633	10.2%	1.2%
MAGAZINES	274 271 645	283 954 025	3.5%	12.3%
PQ NATIONALE	508 131 852	547 334 000	7.7%	23.7%
RADIO	241 597 524	257 859 543	6.7%	11.2%
TELEVISION	985 626 788	985 327 652	0.0%	42.7%
Total	2 230 299 875	2 305 268 553	3.4%	

A l'exception de la télé, les investissements publicitaires sont en hausse dans tous les médias. Le cinéma connaît la plus grande croissance en pourcentage avec 10.2%, suivi par la Presse Quotidienne (+7.7%) et la Radio (+6.7%). Les journaux atteignent une part de marché de 24%.

Investissements par média et groupes économiques

Quelques secteurs importants pour le marché publicitaire sont fortement en baisse: Beauté-hygiène (-10%), le secteur Télécom (-24%) et Santé et bien-être (-9%)

Les investissements du secteur Télécom sont en baisse de 47 millions d'euros par rapport au 12 mois précédents. Cette chute se ressent surtout en Affichage (-13.3 millions €) et en Presse Quotidienne (-23.6 millions €).

Mai 04 - avril 05 (x 1 000)	AFFICHAGE		CINEMA		MAGAZINES		PQ NATIONALE		RADIO		TELEVISION		TOTAL	
	€	Evol.	€	Evol.	€	Evol.	€	Evol.	€	Evol.	€	Evol.	€	Evol.
Culture, tourisme, loisirs	29 578	26%	6 898	41%	75971	8%	117 309	7%	72 517	5%	209 444	14%	511 716	11%
Alimentation	42 447	21%	8 560	10%	16207	-21%	12 956	30%	16 540	3%	265 460	-2%	362 169	0%
Distribution	19 607	17%	592	-34%	23332	24%	172 193	34%	50 672	16%	37 938	-7%	304 334	22%
Services	21 053	30%	3 002	84%	35430	18%	89 956	3%	42 745	10%	65 298	9%	257 484	10%
Transport	43 212	0%	2 527	22%	33540	7%	79 432	2%	41 267	13%	54 559	10%	254 537	6%
Beauté-hygiène	10 934	11%	1 969	73%	20886	-15%	2 942	-15%	683	-33%	124 959	-11%	162 373	-10%
Télécom	16 048	-45%	1 273	-67%	13857	-8%	34 629	-41%	18 889	-18%	61 431	-3%	146 129	-24%
Entretien maison-bureau	807	-45%			1556	69%	1 034	-28%	3		90 134	-6%	93 534	-6%
Equipeement maison-bureau	6 236	-7%	534	1274%	30495	-1%	19 299	10%	7 716	-6%	24 906	9%	89 185	4%
Habillement-accessoires	8 382	28%	670	-52%	19765	3%	7 360	51%	1 218	12%	5 561	20%	42 956	14%
Santé - bien-être	956	-28%	39	-56%	7515	-12%	4 704	76%	2 312	28%	27 045	-16%	42 572	-9%
Energie-combustibles	4 440	-26%	471	101%	3520	48%	3 933	-36%	3 185	53%	12 338	9%	27 887	-1%
Animaux	196	-60%			788	-40%	12	-51%			5 919	-20%	6 915	-25%
Corporate	364	726%			1083	275%	1 464	259%	112	6%	224	-79%	3 247	68%
Divers					8	0%	111	652%			110	-41%	230	10%
TOTAL	204 259	4%	26 535	10%	283954	4%	547 334	8%	257 860	7%	985 328	0%	2 305 269	3%

La Presse Quotidienne Nationale est en croissance (+8%) , grâce à la forte augmentation dans le secteur de la distribution (+43.3 millions €), et le secteur culturel (+7.8 millions €) et le secteur alimentaire (+ 3 millions €)

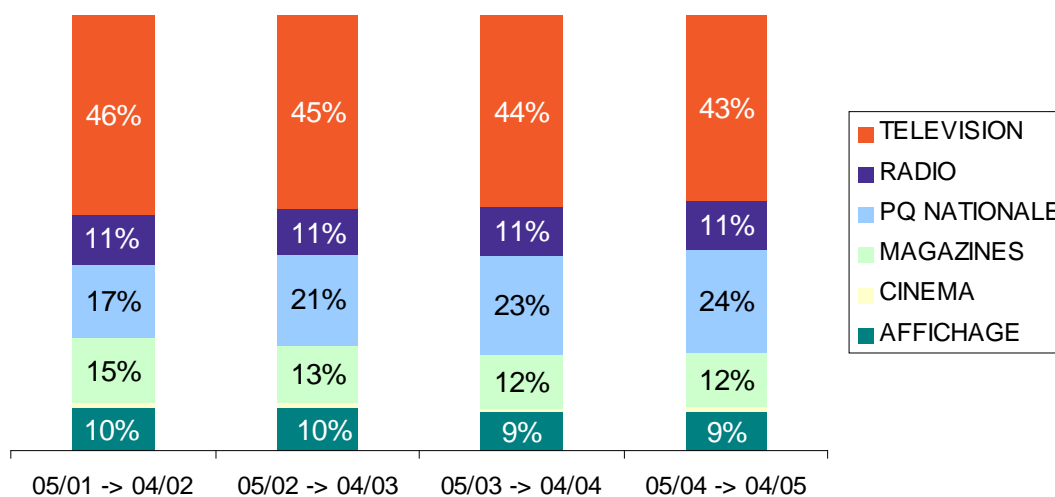
Les investissements médias en Radio augmentent de 16.3 millions, cette croissance est surtout due aux secteurs de la Distribution (+7.1 millions €), Transport (+4.7 millions €), Services (+3.9 millions €) et de la Culture (+3.3 millions €).

Les autres médias progressent aussi: l’Affichage (+ 7.7 millions €), le Cinéma (+2.5 millions €) et les Magazines (+9.7 millions €).

La Télévision reste stable (- €299 163).

Parts de marché

Pendant les 4 années précédentes, la part de marché de la Presse Quotidienne Nationale est passée de 17% à 24%.



Le plus grand annonceur en hausse

Durant le mois d’avril 2005, Belgacom est l’annonceur qui augmente le plus ses investissements dans les journaux. Belgacom a investi pendant cette période 4.4 millions d’euros, soit 2.8 millions d’euros de plus par rapport à avril 2004 (+177%).

