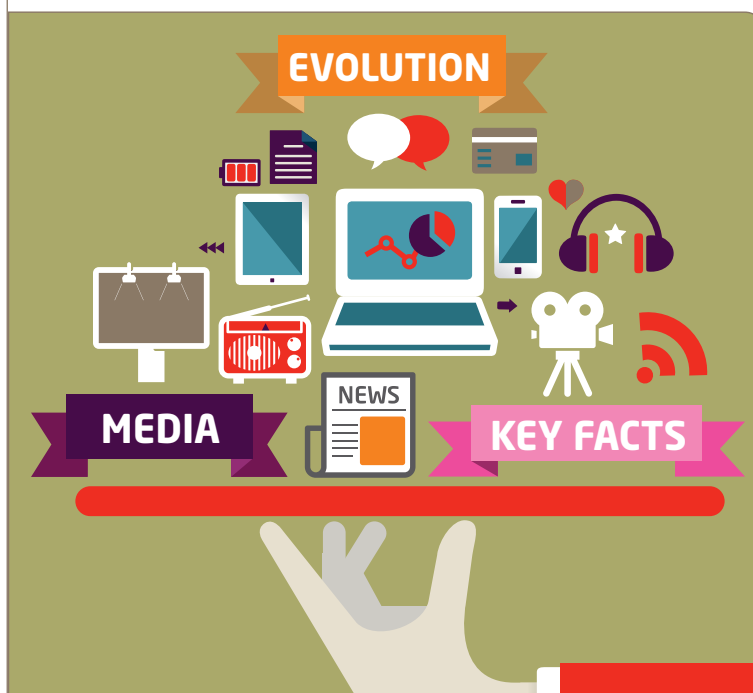


MEDIA INVESTERINGEN

2017 IN
BELGIË



UBA helpt merkenbouwers het rendement van hun communicatie-investeringen te maximaliseren in een open en transparante communicatie-omgeving. Adverteerders hebben nood aan goede informatie over de media investeringen in België. Dankzij Nielsen is er in België hieromtrent heel wat informatie beschikbaar. Mediabureau's en mediaregies kunnen adverteerders hierover uitgebreid informeren. Toch vinden we het als UBA belangrijk om een overzichtelijk referentiedocument aan onze leden ter beschikking te stellen.

Nielsen meet de bruto reclamedruk. Het zijn de publieke gegevens uit deze studie die in deze brochure voornamelijk gebruikt werden. Opgelet: de geciteerde investeringen zijn gebaseerd op de brutotarieven van de media en niet op wat effectief betaald werd. De MDB meet wel de reclamedruk maar niet de netto reclame-uitgaven.

Uw feedback zal ten eerste gewaardeerd worden en kan bijdragen tot een beter referentiedocument in de volgende jaren. Wij wensen alleszins iedereen te bedanken die meehielp om dit overzicht te realiseren, in het bijzonder Remi Boel, OMD.

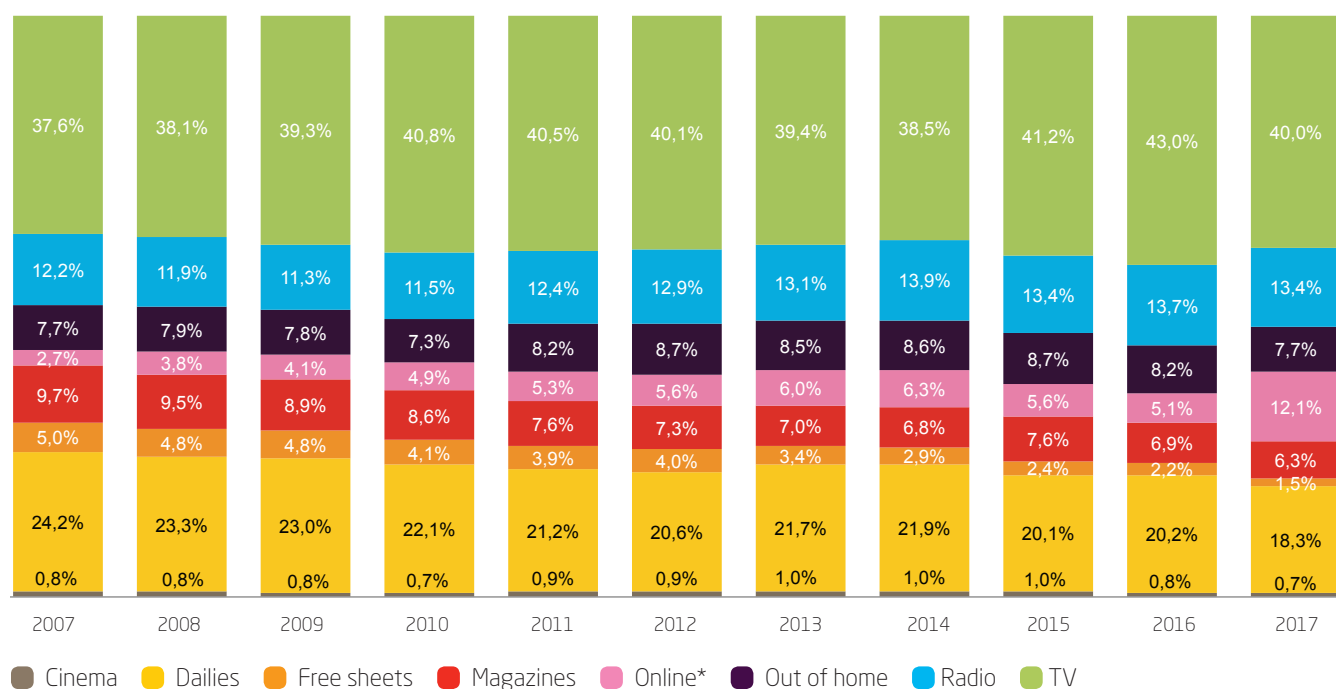
Meer cijfers vindt u terug in het document "Media Key Facts". Beschikbaar in "News & Insights" via ubabelgium.be. Exclusief voor UBA-leden.

1. EVOLUTIE VAN MEDIA INVESTERINGEN 2007-2017

In 2017 stegen de totale bruto mediabestedingen voor België, gemeten door Nielsen, tot 4,3 miljard euro per jaar, een toename met 5,6% tegenover vorig jaar. De verandering van methodologie bij het meten van de online investeringen verklaart de te optimistische groei van de bruto bestedingen met 5,6%. Voor de offline media zien we een daling van -2,2% ten opzichte van 2016. Kijken we naar de evolutie van de mediabestedingen per mediumtype, dan zien we een fenomenale stijging van de bestedingen voor online (zie verklaring), voor radio (+3,3%) en een status quo voor Out of Home (+0.1%). Bij alle andere media tekenen we verlies op. Free sheets: -26,2%; Bioscoop: -6,2%; Kranten: -4,4%; Magazines: -4%; Televisie -1,8%. Zeker is dat de nieuwe methodologie een zeer grote invloed heeft op de Internet-investeringen waardoor we uiterst voorzichtig moeten zijn als we vergelijkingen willen maken met voorgaande jaren (alleen mogelijk voor offline mediabestedingen).

* Ter herinnering: tot en met december 2016 werden de Internet-investeringen aan Nielsen gedeclareerd door de regies die lid waren van de DMA: een beperkte lijst van Belgische websites en enkel investeringen van display advertenties. In 2017 besloot Nielsen om als basis voor de online investeringen niet langer de door de regies gedeclareerde cijfers te nemen, maar een crawlingsysteem van een lijst met urls te gebruiken. Deze nieuwe methode had als voordeel dat ook investeringen op websites die geen lid waren van de DMA mee gemeten werden. Zo werd bijvoorbeeld Youtube aan de studie toegevoegd (momenteel alleen het gedeelte video).

EVOLUTION OF SHARE OF VOICE 2007 - 2017 - BELGIUM

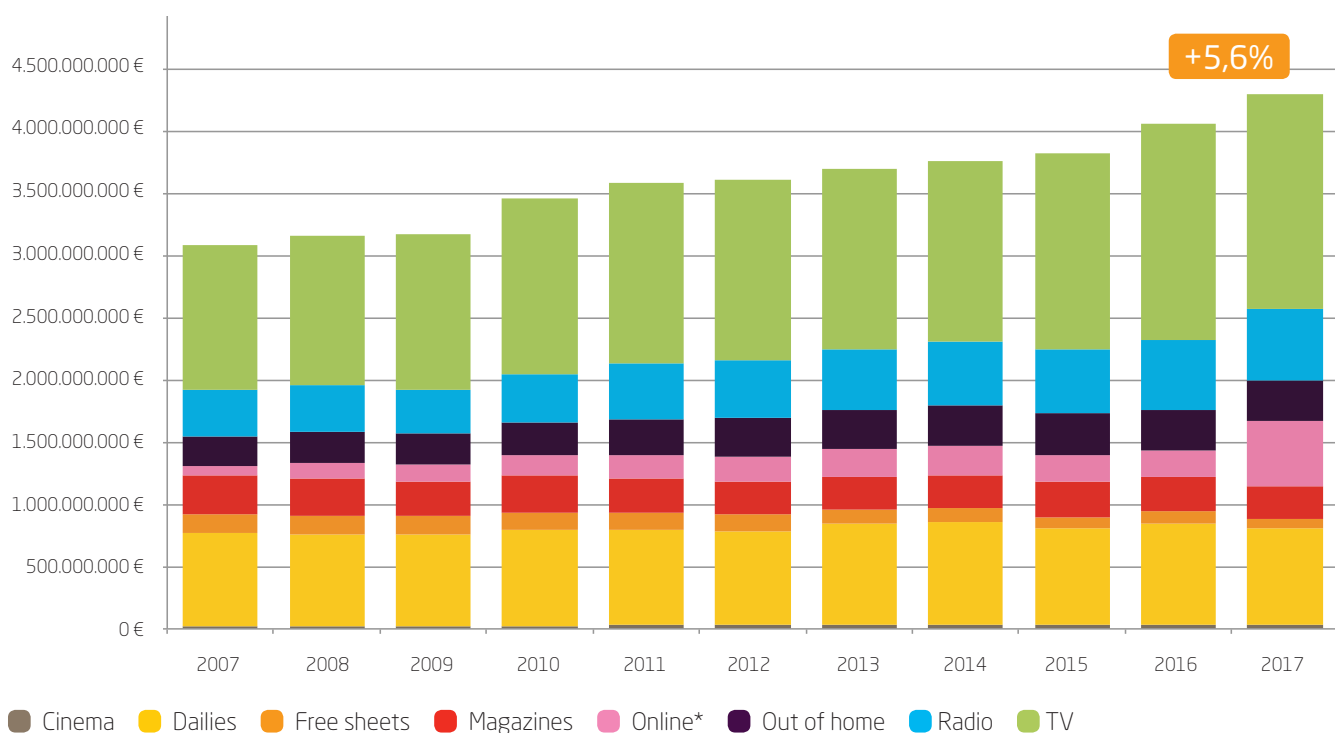


IN SOV	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
CINEMA	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	0,8%	0,7%
DAILIES	24,2%	23,3%	23,0%	22,1%	21,2%	20,6%	21,7%	21,9%	20,1%	20,2%	18,3%
FREE SHEETS	5,0%	4,8%	4,8%	4,1%	3,9%	4,0%	3,4%	2,9%	2,4%	2,2%	1,5%
MAGAZINES	9,7%	9,5%	8,9%	8,6%	7,6%	7,3%	7,0%	6,8%	7,6%	6,9%	6,3%
ONLINE	2,7%	3,8%	4,1%	4,9%	5,3%	5,6%	6,0%	6,3%	5,6%	5,1%	12,1%
OUT OF HOME	7,7%	7,9%	7,8%	7,3%	8,2%	8,7%	8,5%	8,6%	8,7%	8,2%	7,7%
RADIO	12,2%	11,9%	11,3%	11,5%	12,4%	12,9%	13,1%	13,9%	13,4%	13,7%	13,4%
TV	37,6%	38,1%	39,3%	40,8%	40,5%	40,1%	39,4%	38,5%	41,2%	43,0%	40,0%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bron: Nielsen

* online = nieuwe meetmethode waardoor vergelijking voor online bestedingen met voorgaande jaren niet mogelijk is.

EVOLUTION OF GROSS MEDIA INVESTMENTS 2007 - 2017 - BELGIUM



IN k€URO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
CINEMA	26.000	26.819	24.623	25.679	30.927	32.950
DAILIES	747.481	736.680	730.299	767.794	761.158	745.042
FREE SHEETS	153.916	150.443	152.221	141.112	140.774	142.592
MAGAZINES	300.735	299.949	281.725	296.627	274.001	262.631
ONLINE*	84.923	119.105	129.247	168.332	188.777	200.986
OUT OF HOME	238.782	249.456	247.911	254.502	294.119	312.708
RADIO	375.514	377.187	357.711	398.967	445.246	465.715
TV	1.161.345	1.204.777	1.246.760	1.414.340	1.453.904	1.446.358
TOTAL	3.088.694	3.164.417	3.170.496	3.467.353	3.588.906	3.608.982
		2,5%	0,2%	9,4%	3,5%	0,6%

IN k€URO	2013	2014	2015	2016	2017	DIFF 2017/2016
CINEMA	37.696	37.833	37.457	31.600	29.643	-6,2%
DAILIES	802.621	824.951	767.469	820.711	784.351	-4,4%
FREE SHEETS	124.428	110.753	90.463	89.389	65.955	-26,2%
MAGAZINES	258.047	256.521	291.705	281.469	270.347	-4,0%
ONLINE*	223.601	237.341	215.007	205.312	519.590	153,1%
OUT OF HOME	313.681	324.642	330.925	331.939	332.125	0,1%
RADIO	484.657	523.926	513.823	558.254	576.727	3,3%
TV	1.459.729	1.450.342	1.577.482	1.746.479	1.715.807	-1,8%
TOTAL	3.704.461	3.766.311	3.824.331	4.065.153	4.294.546	5,6%
	2,6%	1,7%	1,5%	6,3%	5,6%	

offline: -2,2%

Bron: Nielsen

* online = nieuwe meetmethode waardoor vergelijking voor online bestedingen met voorgaande jaren niet mogelijk is.

2. TOP 100 ADVERTEERDERS

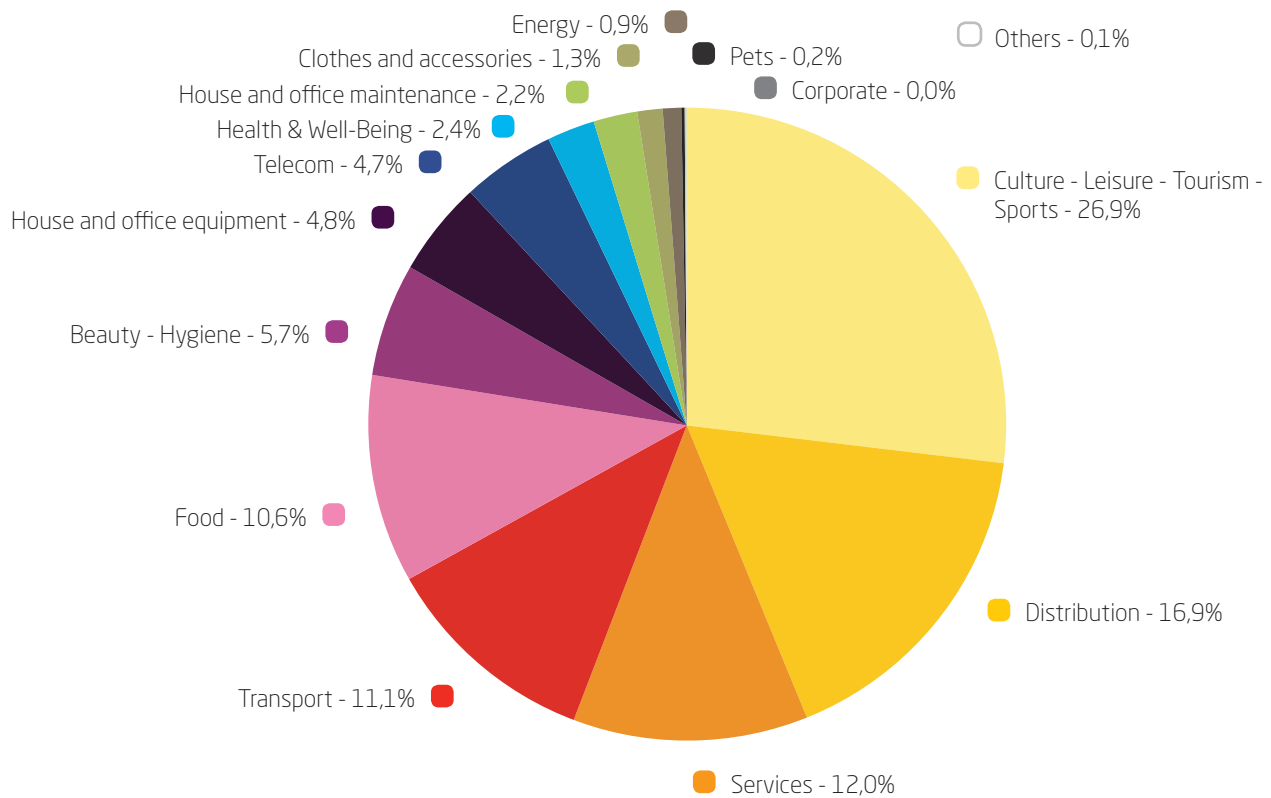
- In 2017 vertegenwoordigden de Top 100 adverteerders 55,7% van de totale mediabestedingen in België. Vergelijken we hun investeringen met deze van 2016, dan stellen we een stijging vast met 5%, wat lager is dan de 5,6% voor de totale markt. De Top 10 adverteerders, die 16,5% van de totale bestedingen vertegenwoordigen, groeien amper (+1,3%). Bij de Top 20, die 25,8% van de bestedingen vertegenwoordigen, is de stijging 5%.
- De top 5 van de stijgers zijn: D'Ieteren Group (+20,5 miljoen euro), Fiat Chrysler (+16,9 miljoen euro), Telenet Group (+16,6 miljoen euro), De Persgroep (+14,1 miljoen euro) en Rossel (+13,7 miljoen euro).
- De top 5 van de dalers zijn: Proximus Group (-16,7 miljoen euro), Reckitt & Benckiser (-16,3 miljoen euro), Unilever (-14,1 miljoen euro), Danone Group (-12,6 miljoen euro) en Nestlé Group (-9,8 miljoen euro).

RANK 2017	ADVERTISERGROUP	2017 IN KEURO	2016 IN KEURO	DIFF 2017/2016	RANK 2016
1	PROCTER & GAMBLE BENELUX	114815	122.963	-6,6%	1
2	D'IETEREN GROUP	102.193	81.723	25,0%	2
3	MEDIAHUIS	68.113	57.776	17,9%	7
4	DE PERSGROEP	67.381	53.288	26,4%	9
5	TELENET GROUP HOLDING	63.937	47.354	35,0%	11
6	UNILEVER	59.759	73.832	-19,1%	4
7	COLRUYT GROUP	59.529	52.716	12,9%	10
8	PROXIMUS GROUP	58.075	74.829	-22,4%	3
9	RECKITT & BENCKISER	57.456	73.757	-22,1%	5
10	COCA-COLA COMPANY	55.975	59.576	-6,0%	6
11	MEDIAALAN	47.618	53.707	-11,3%	8
12	ORANGE	47.319	40.556	16,7%	15
13	RENAULT-NISSAN ALLIANCE	46.781	44.255	5,7%	13
14	PSA PEUGEOT CITROEN	44.195	44.959	-1,7%	12
15	ROULARTA MEDIA GROUP	39.125	34.667	12,9%	19
16	FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES	38.270	21.360	79,2%	37
17	GEMEENSCHAPPEN EN GEWESTEN	37.136	31.910	16,4%	22
18	NATIONALE LOTERIJ	36.592	34.284	6,7%	20
19	DAIMLER BENZ GROUP	32.232	28.598	12,7%	25
20	IPM GROUPE	31.664	23.639	33,9%	35
21	CARREFOUR GROUP	31.613	37.913	-16,6%	16
22	DANONE GROUP	31.565	44.197	-28,6%	14
23	BNP-PARIBAS	31.281	19.654	59,2%	41
24	BMW GROUP BELGIUM	30.774	26.641	15,5%	28
25	LIDL & CO	30.177	30.572	-1,3%	23
26	L'OREAL GROUP	29.712	35.925	-17,3%	18
27	AHOLD DELHAIZE	29.392	36.540	-19,6%	17
28	MONDELEZ INTERNATIONAL	29.280	28.875	1,4%	24
29	ING GROUP	27.469	25.712	6,8%	31
30	ROSSEL	27.287	13.604	100,6%	57
31	VRT	26.936	25.915	3,9%	30
32	BEIERSDORF	26.634	24.516	8,6%	34
33	NETHYS	25.264	27.095	-6,8%	27
34	KBC GROUP	23.995	13.851	73,2%	55
35	METRO GROUP	23.877	20.071	19,0%	40
36	CLT-UFA	23.100	25.254	-8,5%	32
37	NESTLE GROUP	22.953	32.780	-30,0%	21
38	BELFIUS BANK & VERZEKERINGEN	22.412	27.684	-19,0%	26
39	GLAXOSMITHKLINE	21.930	20.808	5,4%	38
40	THE WALT DISNEY COMPANY	21.288	15.492	37,4%	49
41	TRIVAGO	21.162	17.452	21,3%	45
42	GENERAL MOTORS CORP.	20.734	23.543	-11,9%	36
43	SANOMA MAGAZINES FINLAND	20.370	16.636	22,4%	46
44	FERRERO	20.115	24.862	-19,1%	33
45	ANHEUSER BUSCH INBEV	19.798	26.481	-25,2%	29

RANK 2017	ADVERTISERGROUP	2017 IN KEURO	2016 IN KEURO	DIFF 2017/2016	RANK 2016
46	RTBF	19.590	18.624	5,2%	44
47	FORD MOTOR COMPANY	19.578	19.036	2,9%	43
48	CONTINENTAL FOODS	17.414	14.909	16,8%	50
49	JAGUAR LAND ROVER BELUX	15.933	12.212	30,5%	63
50	UNIBET	15.128	13.845	9,3%	56
51	LVMH (LOUIS VUITTON MOET HENNESSY)	15.063	13.268	13,5%	58
52	GEELY SWEDEN AB	14.818	12.140	22,1%	64
53	COLGATE-PALMOLIVE	14.801	12.895	14,8%	59
54	AS WATSON	14.605	16.303	-10,4%	47
55	ALDI	14.222	19.040	-25,3%	42
56	SBS BELGIUM	14.187	8.912	59,2%	91
57	IKEA BELGIUM	13.974	14.133	-1,1%	53
58	AXA GROUP	13.940	10.769	29,4%	76
59	SONY CORPORATION	13.919	11.696	19,0%	67
60	STUDIO 100	13.878	13.967	-0,6%	54
61	BPOST BANK	13.510	6.860	96,9%	116
62	BOL.COM	13.469	14.493	-7,1%	52
63	ENGIE	13.443	20.415	-34,2%	39
64	THOMAS COOK	13.186	8.338	58,1%	97
65	D.E. MASTER BLENDEERS 1753	13.085	12.803	2,2%	60
66	C & A	13.056	7.203	81,3%	110
67	GRAND OPTICIENS BELGIUM	13.019	12.484	4,3%	61
68	SAMSUNG GROUP	12.494	14.651	-14,7%	51
69	ALCOPA	11.978	8.917	34,3%	90
70	FNAC BELGIUM	11.808	10.863	8,7%	75
71	TUI BELGIUM	11.800	6.600	78,8%	119
72	QUICK RESTAURANTS	11.592	11.319	2,4%	70
73	MARS INCORPORATED	11.555	15.775	-26,8%	48
74	PEPSICO	10.309	9.949	3,6%	82
75	SPADEL	10.295	11.758	-12,4%	66
76	ROCKET INTERNET	10.119	10.203	-0,8%	80
77	DEUTSCHE BANK GROUP	10.033	8.410	19,3%	96
78	ABOUT YOU	10.009	0		NEW
79	ETHIAS	10.008	11.895	-15,9%	65
80	KREFEL	9.796	10.449	-6,2%	79
81	VIVENDI	9.721	8.596	13,1%	92
82	NOMAD	9.610	10.635	-9,6%	77
83	TOYOTA BELGIUM	9.592	8.284	15,8%	98
84	OMEGA PHARMA	9.217	8.572	7,5%	94
85	LOTUS BAKERIES	9.180	8.981	2,2%	87
86	FRIESLANDCAMPINA	9.111	9.397	-3,0%	84
87	PHILIPS	9.086	8.942	1,6%	88
88	MCDONALD'S	8.949	11.192	-20,0%	74
89	KINEPOLIS GROUP	8.787	9.458	-7,1%	83
90	TAKEAWAY.COM CENTRAL CORE	8.768	0		NEW
91	HASBRO	8.761	7.893	11,0%	99
92	EDF LUMINUS	8.702	7.856	10,8%	100
93	KELLOGG	8.623	11.289	-23,6%	71
94	SUNTORY	8.612	9.040	-4,7%	86
95	CHANEL	8.583	7.072	21,4%	111
96	CRELAN	8.567	10.583	-19,0%	78
97	AGEAS	8.489	2.240	279,0%	262
98	EURO COMEX	8.470	6.247	35,6%	124
99	NINTENDO	8.429	2.726	209,2%	229
100	UNIVERSAL PICTURE INTERNATIONAL FILM ENTERTAINMENT - UPI	8.364	5.780	44,7%	128

3. MEDIA INVESTERINGEN PER ECONOMISCHE SECTOR

- Bij de analyse per economische sector valt eens te meer op dat de sectoren die een groot gedeelte van hun investeringen op televisie plaatsen, de sterkste daling laten optekenen: "Food" (-57 miljoen euro), "House and office maintenance" (- 14 miljoen euro) en "Beauty & Hygiene" (-8 miljoen euro).
- Grootste stijgers: "Culture - Leisure - Tourism - Sports" (+128 miljoen euro), "Services" (+88 miljoen euro) en "Transport" (+ 58 miljoen euro).



	IN SOV	IN KEURO	IN KEURO	DIFF
	2017	2016	2017	2017/2016
CULTURE - LEISURE - TOURISM - SPORTS	26,9%	1.026.985	1.154.897	12,5% ●
DISTRIBUTION	16,9%	691.910	725.678	4,9% ●
SERVICES	12,0%	428.814	517.272	20,6% ●
TRANSPORT	11,1%	419.380	477.812	13,9% ●
FOOD	10,6%	511.264	454.246	-11,2% ●
BEAUTY - HYGIENE	5,7%	253.730	246.125	-3,0% ●
HOUSE AND OFFICE EQUIPMENT	4,8%	203.567	207.338	1,9% ●
TELECOM	4,7%	209.220	203.802	-2,6% ●
HEALTH & WELL BEING	2,4%	105.082	104.310	-0,7% ●
HOUSE AND OFFICE MAINTENANCE	2,2%	109.171	95.792	-12,3% ●
CLOTHES AND ACCESSORIES	1,3%	50.792	55.210	8,7% ●
ENERGY	0,9%	38.817	40.377	4,0% ●
PETS	0,2%	8.529	7.129	-16,4% ●
OTHERS	0,1%	1.993	2.514	26,2% ●
CORPORATE	0,0%	5.899	2.044	-65,4% ●
	100,0%	4.065.153	4.294.546	5,6% ●

4. EVOLUTIE VAN DE MEDIA INVESTERINGEN PER ECONOMISCHE GROEP EN PER MEDIUMTYPE

- In deze tabel wordt er gekeken naar het aandeel dat elke economische groep vertegenwoordigt binnen elk mediumtype.
- Voorbeeld van lectuur: de economische groep "Cultuur, vrije tijd, toerisme, sport" vertegenwoordigt in 2017 26,9% van de totale mediabestedingen. Maar binnen de bestedingen in het medium bioscoop vertegenwoordigt deze economische groep 43,2%. De investeringen van deze economische groep in het medium bioscoop daalde in 2017 met 17,0 % ten opzichte van 2016.

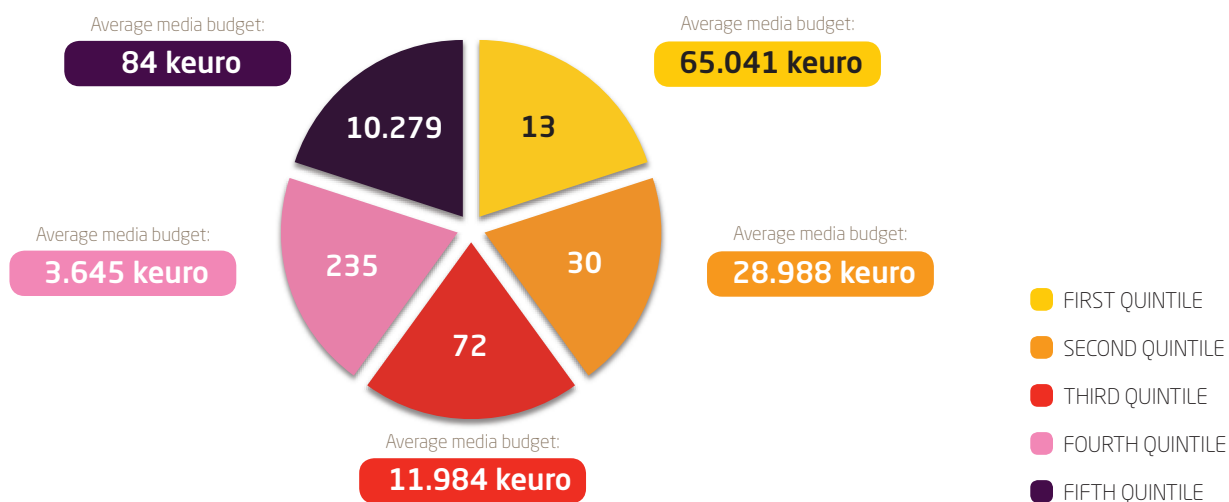
	IN SOV	CINEMA			DAILIES		FREE SHEETS		INTERNET	
	2017	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL	
CULTURE - LEISURE - TOURISM - SPORTS	26,9%	43,2%	-17,0%	37,3%	1,0%	10,5%	-12,1%	27,3%	274,0%	
DISTRIBUTION	16,9%	4,1%	-32,5%	23,2%	-11,2%	47,3%	-19,3%	15,5%	124,7%	
SERVICES	12,0%	12,5%	51,8%	15,4%	2,0%	15,2%	-44,7%	22,9%	164,8%	
TRANSPORT	11,1%	8,8%	18,7%	11,8%	-3,2%	4,5%	-32,2%	17,1%	107,3%	
FOOD	10,6%	19,3%	-10,2%	2,7%	-1,6%	3,2%	-40,9%	2,7%	123,0%	
BEAUTY - HYGIENE	5,7%	1,2%	-40,6%	0,1%	7,2%	0,3%	-49,7%	1,1%	98,6%	
HOUSE AND OFFICE EQUIPMENT	4,8%	2,6%	-22,9%	4,4%	-10,0%	14,0%	-28,3%	5,2%	195,0%	
TELECOM	4,7%	4,1%	21,1%	3,1%	-34,5%	0,9%	183,1%	4,9%	49,8%	
HEALTH & WELL BEING	2,4%	0,4%	69,8%	0,5%	-4,4%	2,3%	1,9%	0,6%	360,9%	
HOUSE AND OFFICE MAINTENANCE	2,2%	0,0%	-	0,1%	-19,3%	0,2%	-47,6%	0,0%	-4,6%	
CLOTHES AND ACCESSORIES	1,3%	0,0%	-96,1%	0,7%	13,4%	0,6%	-33,5%	0,8%	174,0%	
ENERGY	0,9%	1,0%	-7,6%	0,5%	13,1%	0,2%	-67,8%	1,9%	89,8%	
PETS	0,2%	1,8%	-	0,0%	-11,2%	0,1%	-37,8%	0,0%	58,8%	
OTHERS	0,1%	0,0%	-	0,2%	157,6%	0,7%	7,9%	0,0%	9526,2%	
CORPORATE	0,0%	1,0%	-	0,0%	-61,2%	0,0%	-	0,0%	-80,7%	
GRAND TOTAL	100,0%	100,0%	-6,2%	100,0%	-4,4%	100,0%	-26,2%	100,0%	153,1%	

	IN SOV	MAGAZINES		OUT OF HOME		RADIO		TV	
	2017	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL	SHARE	EVOL
CULTURE - LEISURE - TOURISM - SPORTS	26,9%	38,7%	1,1%	14,0%	-9,3%	21,3%	1,2%	24,9%	6,7%
DISTRIBUTION	16,9%	13,3%	0,8%	15,7%	4,3%	31,6%	4,3%	9,3%	6,9%
SERVICES	12,0%	10,9%	-3,9%	10,9%	14,2%	17,2%	11,8%	5,7%	5,2%
TRANSPORT	11,1%	6,7%	-10,4%	24,4%	4,3%	11,9%	0,5%	7,2%	13,7%
FOOD	10,6%	3,0%	-28,2%	13,3%	-20,3%	2,7%	-17,3%	20,0%	-11,5%
BEAUTY - HYGIENE	5,7%	6,5%	-15,7%	5,9%	14,2%	0,2%	4,6%	11,7%	-4,4%
HOUSE AND OFFICE EQUIPMENT	4,8%	8,7%	-4,3%	1,5%	-1,1%	6,3%	0,4%	4,1%	-6,9%
TELECOM	4,7%	0,8%	-18,1%	9,8%	8,9%	5,8%	15,9%	4,9%	-8,9%
HEALTH & WELL BEING	2,4%	2,5%	32,5%	0,3%	-10,9%	0,8%	-18,7%	4,9%	-4,0%
HOUSE AND OFFICE MAINTENANCE	2,2%	0,1%	-8,5%	0,7%	244,0%	0,0%	-85,0%	5,4%	-13,6%
CLOTHES AND ACCESSORIES	1,3%	8,3%	-10,2%	2,1%	-2,9%	0,0%	-61,6%	0,9%	42,2%
ENERGY	0,9%	0,1%	-32,5%	0,9%	-20,3%	2,1%	-9,6%	0,6%	-8,1%
PETS	0,2%	0,4%	-21,5%	0,0%	314,0%	0,0%	7448,5%	0,3%	-28,5%
OTHERS	0,1%	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	88,5%	0,0%	-83,8%
CORPORATE	0,0%	0,0%	-9,3%	0,4%	63,9%	0,0%	-100,0%	0,0%	-100,0%
GRAND TOTAL	100,0%	100,0%	-4,0%	100,0%	0,1%	100,0%	3,3%	100,0%	-1,8%

5. SPLIT VAN DE ADVERTEERDERS EN MEDIA MIX PER BUDGETGROOTTE

- In 2017 waren er 10.629 adverteerders actief. Dat zijn er 3.155 meer dan in 2016. Die sterke stijging is sterk beïnvloed door de nieuwe methodologie bij het meten van de online investeringen. Het betreft hier vooral adverteerders met kleinere mediabudgetten (vijfde kwintiel).
- In 2017 vertegenwoordigden **13 adverteerders 20% van de totale mediabestedingen** in België tegenover 12 in 2016.
- **350 adverteerders** of 3.3% vertegenwoordigen **80% van de totale mediabestedingen** in België.

2017	NUMBER OF ADVERTISERS	AVERAGE MEDIA BUDGET IN KEURO	SOV							
			CINEMA	DAILIES	FREE SHEETS	INTERNET	MAGAZINES	OUT OF HOME	RADIO	TV
FIRST QUINTILE	13	65.041	0,7%	17,5%	0,1%	12,6%	3,4%	7,4%	10,3%	47,9%
SECOND QUINTILE	30	28.988	0,6%	18,7%	1,8%	11,9%	5,5%	7,9%	15,7%	37,8%
THIRD QUINTILE	72	11.984	0,3%	13,9%	1,7%	9,0%	4,2%	10,6%	13,2%	47,1%
FOURTH QUINTILE	235	3.645	1,0%	14,4%	2,4%	11,5%	4,3%	6,7%	14,0%	45,8%
FIFTH QUINTILE	10.279	84	0,8%	26,8%	1,7%	15,6%	14,0%	6,1%	13,7%	21,3%
TOTAL	10.629	404	0,7%	18,3%	1,5%	12,1%	6,3%	7,7%	13,4%	40,0%



Bron: Nielsen

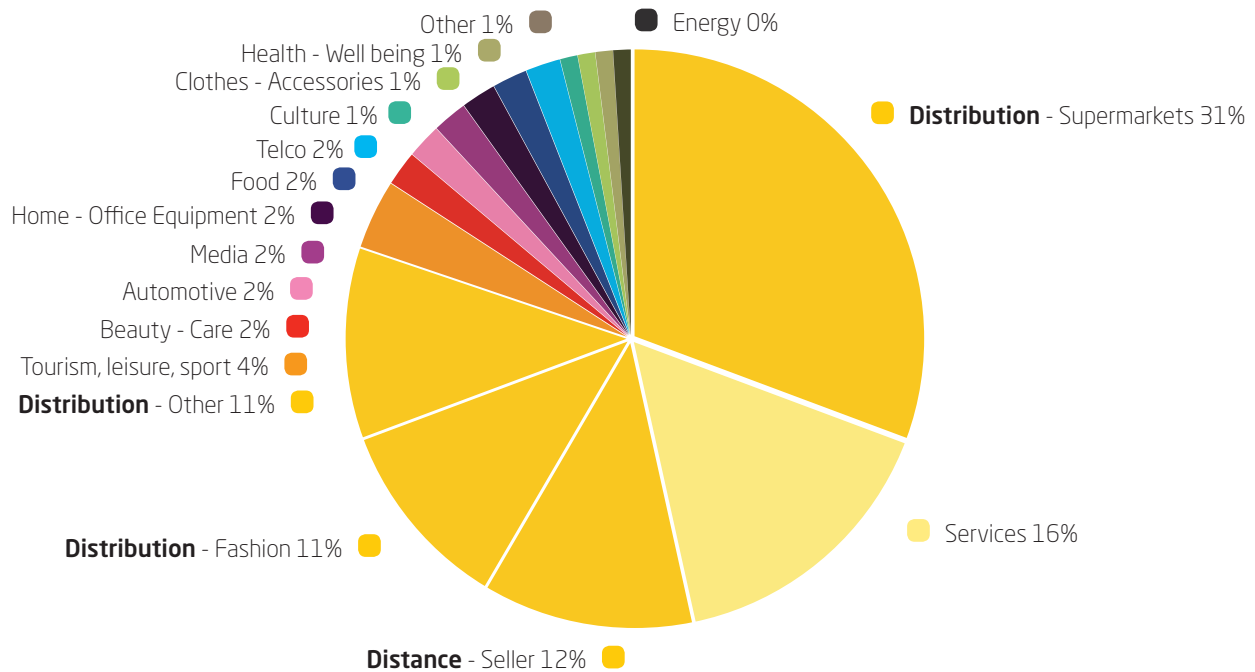
6. AANTAL ADVERTEERDERS PER MEDIUMTYPE

Diezelfde sterke concentratie observeert men ook bij de vergelijking van het aantal adverteerders per mediumtype.

2017		FIRST QUINTILE	SECOND QUINTILE	THIRD QUINTILE	FOURTH QUINTILE	FIFTH QUINTILE	TOTAL
PLURIMEDIA	NUMBER OF ADVERTISERS	13	30	72	235	10.279	10.629
CINEMA	NUMBER OF ADVERTISERS	1	6	17	31	292	347
	SOV	13,7%	23,9%	22,7%	19,9%	19,8%	100,0%
DAILIES	NUMBER OF ADVERTISERS	6	16	49	234	2.943	3.248
	SOV	20,0%	19,7%	20,3%	20,0%	20,0%	100,0%
FREE SHEETS	NUMBER OF ADVERTISERS	2	4	8	25	366	405
	SOV	19,5%	21,7%	19,0%	19,8%	20,0%	100,0%
INTERNET	NUMBER OF ADVERTISERS	7	18	48	156	5.983	6.212
	SOV	19,7%	20,1%	20,0%	20,1%	20,1%	100,0%
MAGAZINES	NUMBER OF ADVERTISERS	5	32	101	317	2.881	3.336
	SOV	19,9%	20,1%	19,9%	19,9%	20,2%	100,0%
OUT OF HOME	NUMBER OF ADVERTISERS	7	13	21	51	789	881
	SOV	19,0%	20,1%	20,9%	19,8%	20,2%	100,0%
RADIO	NUMBER OF ADVERTISERS	9	19	35	97	1.379	1.539
	SOV	19,5%	20,5%	20,2%	19,8%	20,0%	100,0%
TV	NUMBER OF ADVERTISERS	7	19	43	93	1.045	1.207
	SOV	19,9%	19,9%	20,2%	20,0%	20,0%	100,0%

7. DIRECT MAIL IN BELGIË: DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VOOR 2017

Naar schatting stegen de bruto-investeringen in Direct Mail in 2017 naar **278,6** miljoen euro. Dat is een **stijging met 2,7%** in vergelijking met 2016. Op basis van die schatting zijn de bruto-investeringen in Direct Mail goed voor 6,1% van het totale universum dat Nielsen gemeten heeft (met inbegrip van online media volgens de nieuwe methodologie die in 2017 werd gelanceerd).



Globaal gezien is de distributiesector in zijn geheel goed voor ca. 64% van de investeringen in Direct Mail, met hoofdzakelijk de supermarkten, de fashion retail en de 'distant sellers'.

De dienstensector, hoofdzakelijk vertegenwoordigd door de bankensector, neemt ca. 16% voor zijn rekening.

	2016	2017	DIFF 2017/2016
	IN KEURO		IN %
DISTRIBUTION - SUPERMARKETS	73.541	85.268	15,9% ●
SERVICES	45.594	45.147	-1,0% ●
DISTANCE - SELLER	36.739	32.078	-12,7% ●
DISTRIBUTION - FASHION	31.940	31.214	-2,3% ●
DISTRIBUTION - OTHER	27.972	29.420	5,2% ●
TOURISM, LEISURE, SPORT	10.896	10.604	-2,7% ●
BEAUTY - CARE	5.054	6.827	35,1% ●
AUTOMOTIVE	7.369	6.555	-11,1% ●
MEDIA	5.247	5.753	9,6% ●
HOME - OFFICE EQUIPMENT	5.548	5.429	-2,2% ●
FOOD	4.979	4.650	-6,6% ●
TELCO	5.581	4.426	-20,7% ●
CULTURE	3.275	3.287	0,4% ●
CLOTHES - ACCESSORIES	2.990	2.899	-3,0% ●
HEALTH - WELL BEING	1.568	1.977	26,1% ●
ENERGY	920	607	-34,0% ●
OTHER	2.078	2.454	18,1% ●
TOTAAL	271.292	278.593	2,7% ●