



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour publication immédiate

AMMA 2025 :

9 jurys d'experts AMMA ont sélectionné, après des délibérations intensives, 45 dossiers dans 9 catégories AMMA.

Un jury AMMA très étendu a évalué les 31 dossiers de la catégorie Best Use of 1 Medium et a désigné 13 nominés.

EssenceMediacom, GroupM, Havas Media, Space et Wavemaker ont été nominés 5 fois ; dentsu et Mindshare 4 fois chacun.

Parmi les régies, JCDecaux se distingue avec des dossiers nominés dans 4 catégories différentes, suivi par Ads & Data et DPG Media, avec 3 nominations.

L'édition 2025 des AMMA (Annual Master in Media Awards) établit une fois de plus un nouveau record. Pas moins de **197 dossiers** ont été soumis dans les 14 catégories AMMA, chacune couvrant un domaine spécifique de l'expertise média.

182 professionnels des médias et de la publicité, membres du jury AMMA 2025 présidé par **Gaetano Palermo**, Head of Brand Advertising & Media chez **Engie** ([LinkedIn](#)), se sont réunis lors de 10 sessions, les 24, 25 et 30 avril, pour évaluer les candidatures et nommer les 5 meilleurs dossiers par catégorie.

Pour la majorité des catégories, le processus d'attribution des AMMA se déroule en deux étapes. Les dossiers des catégories suivantes ont été rigoureusement évalués lors de 10 sessions distinctes par un groupe d'experts, qui a sélectionné 5 dossiers par catégorie à soumettre au jury final : Best Media Strategy, Best Creative Media Use, Best Long-Term Media Strategy, Best Use of Performance Marketing, Innovation & Development of the Year, Media Research of the Year, Best Use of Data, Best Use of Native & Content, Media Brand of the Year, et Media Sustainable Development Award.



Les débats des jurys d'experts ont été efficacement orchestrés par **Gaetano Palermo**, président du jury, assisté du vice-président **José Fernandez**, Chief Customer Experience, Marketing & Digital Officer chez **D'Ieteren**.



« Je suis impressionné par le niveau d'implication des experts. On sent la fierté des participants d'être dans un jury, mais aussi la passion du métier. Ces jurys constituent une photo instantanée du marché ; on y trouve d'une part les professionnels qui tous les jours bossent pour leurs clients et d'autre part tout ce qui se fait de mieux en termes de plan media en Belgique. Y participer c'est une opportunité unique et je crois que les experts sont conscients de cette chance... et de leur responsabilité. Ils jugent quand même le travail de leurs pairs ! »

« Et puis, je suis le Président le plus chanceux du monde ! J'ai pu présider un jury de prestige pour les 20 années des AMMA. C'est un cas unique dans l'histoire de la compétition : pour la catégorie "Best long-term media strategy", le jury était notamment constitué d'anciens gagnants du titre "Media Advertiser of the Year"! Le prochain président qui aura droit à ça... ce sera dans 20 ans! »



AMMA Expert Jury Best long-term Media Strategy



De gauche à droite : Hugues Rey (Havas), Yves De Voeght (Target Victory), Valérie Morfitis (Unilever), Steven De Deyne (Proximus), Gaetano Palermo (Engie), Luc Van Wichelen (Mondelez), Sophie Vanderwinkel (IPM Advertising), Roel Van Aelst (iO), Bart De Pauw (GroupM), Christine Jean (Brocom), Alex Thoré (Var), Marie-Noëlle DeGreef (Dune52), Antonine Seynaeve (Stichting tegen Kanker), Kristine Verhelst (D'Ieteren), Kris Coumans (Daimler AG), Nathalie Erdmanis (Ageas Group)



Et les nominés désignés par les 10 jurys sont...

Dans la catégorie très disputée Best Media Strategy (26 dossiers soumis), les campagnes suivantes seront départagées par le jury final :

Best Media Strategy	Nominees
Zalando ; When fiction becomes media	dentsu / Ads & Data
Samsung ; S24 & Galaxy AI : Yin-Yang effect	Space
Orange ; Flex your flexibility	Havas Media
IKEA ; Wake up, it's time to sleep	Mindshare / Ogilvy Social lab / Oona
EG Magnesium OPTI ; Re-energize a tired population	Semetis

Pour la catégorie Innovation & Development of the Year, qui récompense les initiatives ayant contribué de manière significative au développement de l'expertise d'un média ou à la connaissance du marché, les nominés sont :

Innovation & Development of the Year	Nominees
The next iteration in programmatic marketing	Adform
Real-time brand lift measurement for CTV campaigns	DPG Media
Merging of the power of TV with the efficiency of digital	DPG Media
MAIA: reach optimisation for transit media	Lijncom
50 million data points proof that attention drives brand growth	Havas Media

Dans la catégorie Media Research of the Year, 5 études se sont distinguées :

Media Research of the Year	Nominees
BELROI : ROI Cross-Industry Analysis in Belgium	Annalect OMG
Belgian Boost Factor	Choreograph GroupM
MAIA : audience measurement for transit media	Lijncom
Summer of sports 2024	Publicis Groupe Belgium / Dynata
Greenlight : the state of greenwashing in Belgium	RMB / GiveActions / JCDecaux

Le nombre élevé de candidatures (20) dans la catégorie Best Use of Native & Content montre que les formats « native » et le recours aux influenceurs s'imposent de plus en plus sur notre marché. Le jury a retenu 5 dossiers :

Best Use of Native & Content	Nominees
Zalando ; Breaking the wall of OLV with Otis	dentsu / Ads & Data
Proximus ; Console swap	EssenceMediacom
IKEA ; Bij Milo aan huis	Mindshare / Ogilvy Social.lab
Colruyt ; BBQ alarm	UM
#Hetbestemoetnognkomen	Var / VRT



Les 5 nominations de la catégorie Best creative Media Use sont :

Best Creative Media Use	Nominees
Côte d'O; Lighting up Christmas with purpose	Publicis Groupe Belgium
Alken Maes ; Grimbergen 24, Brew with me	Ads & Data
Proximus ; Oops Too Fast	EssenceMediacom
Samsung ; Urban window to AI	Space / Cheil / JCDecaux
Walibi; Ibilaw	dentsu / HungryMinds

Dans la catégorie Best Use of Performance Marketing, le jury d'experts a sélectionné ces 5 nominés parmi 14 dossiers :

Best Use of Performance Marketing	Nominees
VandenBorre ; Competitive shopping strategy	Semetis
One Search ; Incremental revenue by breaking the silos	GroupM
Next Generation attribution approach	Mindshare
L'Oréal ; Beauty Studio	PHD Media
Honda Miimo; Performance really counts	ClickTrust

Dans la catégorie Best Use of Data, qui continue encore sa croissance (15 dossiers soumis), les 5 nominés sont :

Best Use of Data	Nominees
BE REAL : pDOOH au service de la sécurité routière	Clear Channel / AKQA Brussels / GroupM
Polestar ; Triomf van gerichte B2B aanpak	EssenceMediacom
Lidl ; Data-based dynamic creative optimisation	iO
De Longhi ; The perfect model	Mediaplus
Framework for increased performance	Wavemaker

Le Media Sustainable Development Award récompense les solutions et innovations favorisant un écosystème médiatique plus durable et inclusif. Le jury d'experts a sélectionné 5 cas :

Media Sustainable Development Award	Nominees
Welcome Talent	EssenceMediacom
Optimising for Attention, accounting for Carbon Impact	Havas Media
Greenlight : the state of greenwashing in Belgium	RMB / GiveActions / JCDecaux
Sounds of Change : voor radioreclame met positieve impact	Var / RMB / PUB / Bubka
Telenet ; Digitale Duik	Wavemaker



Dans la catégorie Best long-term Media Strategy, un jury « 20^e anniversaire » exceptionnel a été réuni, avec notamment quelques anciens lauréats du Media Advertiser of the Year (voir ci-dessus). Ils ont sélectionné ces 5 dossiers pour la finale :

Best long-term Media Strategy	Nominees
BYD ; Harvest strategy	PHD Media
Duvel ; Brewed to be lived.	Wavemaker
MediaMarkt ; Marketing machine	dentsu
Proximus ; I've got the fiber	EssenceMediacom
Spadel ; Power of 3	Space

La catégorie Best Use of 1 Medium, dédiée à l'exploitation innovante, audacieuse et efficace de points de contact variés, a accueilli 31 dossiers cette année. Un jury AMMA spécial, composé de 26 professionnels, a sélectionné 13 dossiers :

Best Use of 1 Medium ; OOH	Nominees
Coca-Cola ; Santa's chalet	EssenceMediacom / JCDcaux
Orange ; Making Netflix contextually relevant	Havas Media
Oreo ; Breaking records through city-scale gaming	Publicis Groupe
Samsung ; Flip the wave	AdSomeNoise / Billups / Space
VSV ; Data-driven pDOOH in dienst van Verkeersveiligheid	Clear Channel / AKQA Brussels / GroupM
Best Use of 1 Medium ; Video / Audio / Cinema	
Cécémel ; Bloopers activation	Wavemaker
Gamma & Qmusic ; Dag van de uitgestelde arbeid	DPG Media
Bol. ; Cinema take-over by Sinterklaas	Mindshare
Orange ; Fast-forward illusion	Havas Media
Best Use of 1 Medium ; Social / Gaming / Retail Media	
Hill's ; Supporting pet shelters	Wavemaker
SPA Fruit ; # Slashthefruits	Spacefwd / Space
Telenet ; Squid game	AdSomeNoise
Purina's Amazon Advertising Success	GroupM

Prochains events du calendrier AMMA :

Présentation publique des dossiers nominés : 14 mai

Les dossiers nominés seront présentés au jury final et au public le 14 mai, lors de l'UMA Get Together Best Media Campaigns, au Resort Dolce La Hulpe à La Hulpe, à partir de 10h30. 35 dossiers seront présentés brièvement (6 minutes par case) dans 6 domaines d'expertise.

Délibérations du Jury final AMMA : 16 mai

Le jury final AMMA 2025 se réunira le 16 mai dans les bureaux d'Engie pour attribuer les trophées Or, Argent et Bronze.

Cérémonie AMMA : 12 juin

Les prix AMMA 2025 seront remis lors de la cérémonie festive, le 12 juin, sur la grande scène des studios Flagey à Bruxelles.

Inscriptions Cérémonie AMMA : [Commpass.media](https://commpass.media)

Inscriptions UMA Get Together : [UMA Get Together](https://uma.gettogether.be)