



PERSBERICHT
Voor onmiddellijke publicatie

AMMA 2025:
**9 AMMA expert-jury's selecteerden na intensieve beraadslaging
45 dossiers in 9 AMMA categorieën.**
**Een zeer uitgebreide AMMA-jury evalueerde de 31 dossiers in de categorie
Best Use of 1 Medium en koos 13 genomineerden.**
**EssenceMediacom, GroupM, Havas Media, Space en Wavemaker werden 5
keer genomineerd; dentsu en Mindshare elk 4 keer.**
**Bij de regies valt JCDecaux op met genomineerde dossiers in 4 verschillende
categorieën, gevolgd door Ads & Data en DPG Media met elk 3 nominaties.**

De editie 2025 van de AMMA (Annual Master in Media Awards) heeft andermaal een nieuw record gevestigd. Er werden niet minder dan 197 dossiers ingediend in de 14 AMMA-categorieën, die elk betrekking hebben op een specifiek domein van de media-expertise.

182 media- & reclameprofessionals van de AMMA-jury 2025, samengesteld door voorzitter Gaetano Palermo, Head of Brand Advertising & Media bij Engie, (<https://www.linkedin.com/in/gaetanopalermo>) vergaderden tijdens 10 sessies op 24, 25 en 30 april om de inzendingen te evalueren en de 5 beste dossiers te nomineren.





Binnen de meeste categorieën, verloopt de toewijzing van de AMMA in twee stappen. Zo worden de dossiers binnen de categorieën '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' en 'Media Sustainable Development Award' grondig onder de loep genomen tijdens 10 verschillende juryzittingen van een groep experts die 5 dossiers per categorie selecteren en doorsturen naar de finale Jury.

De debatten van de AMMA-expert jury's expertgroepen werden in goede banen geleid door juryvoorzitter Gaetano Palermo die hierin werd bijgestaan door de vice-juryvoorzitter José Fernandez, Chief Customer Experience, Marketing & Digital Officer bij D'Ieteren.

"Ik ben onder de indruk van de mate van betrokkenheid van de experts. Je voelt de trots van de deelnemers om in een jury te zitten, maar ook hun passie voor hun vak", zegt Gaetano Palermo. "Deze jury's zijn een momentopname van de markt; aan de ene kant vind je de professionals die elke dag voor hun klanten werken en aan de andere kant al de beste experts op het gebied van mediaplanning in België. Deelnemen is een unieke kans en ik denk dat de experts zich bewust zijn van deze kans... en van hun verantwoordelijkheid. Zij beoordelen immers het werk van hun collega's!"

"En dan is er nog het feit dat ik de gelukkigste voorzitter ter wereld ben," glimlacht Gaetano Palermo. "Ik mag een prestigieuze jury voorzitten voor de 20e verjaardag van de AMMA."



Dit is uniek in de geschiedenis van de competitie: voor de categorie 'Best long-term Media Strategy' zaten voormalige winnaars van de titel 'Media Advertiser of the Year'! De volgende voorzitter die deze kans krijgt... dat zal pas over 20 jaar zijn!"



En de genomineerden zijn....

De awards voor de felbevochten categorie (26 ingezonden dossiers) 'Best Media Strategy' zullen verdeeld worden door de finale AMMA-jury tussen onderstaande campagnes:

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

Voor de prijzen van 'Innovation & Development of the Year', die initiatieven bekronen voor een opmerkelijke bijdrage aan de ontwikkeling van een medium of aan de kennis van de markt, ziet de lijst der genomineerden er als volgt uit:

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

Voor de AMMA van 'Media Research of the Year' komen 5 opmerkelijke cases in aanmerking:

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

Het grote aantal inzendingen (20) in de categorie 'Best Use of Native & Content' toont aan dat de 'native' reclameformaten en het gebruik van influencers zich steeds verder ontwikkelen binnen onze markt. De jury koos na beraad voor deze 5 cases:

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
#Hetbestemoetnogkomen	Var / VRT



De 5 genomineerden voor Best creative Media zijn:

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

De expertjury voor de categorie 'Best Use of Performance Marketing' koos uit 14 dossiers deze 5 genomineerden:

Best Use of Performance Marketing	Nominees
VandenBorre ; Competitive shopping strategy	Semetic
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

De 5 genomineerden binnen de nog steeds groeiende categorie Best Use of Data (15 ingediende dossiers) zijn:

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

De Media Sustainable Development Award honoreert de ontwikkeling van oplossingen en innovaties die het mogelijk maken dat de media- en communicatiesector zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid opneemt om bij te dragen aan een meer duurzaam en inclusief ecosysteem. De expertjury voor deze categorie selecteerde 5 cases.

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



Voor de categorie Best-long-term Media Strategy werd een speciale jubileum-jury samengesteld waarvoor alle vorige Media Advertisers of the Year werden uitgenodigd. Zij verwezen deze 5 dossiers door naar de finale AMMA-jury:

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

De categorie 'Best Use of 1 Medium' is uitgegroeid tot een categorie apart: het gaat over de meest gewaagde, creatieve, innovatieve en efficiënte manieren waarop zeer uiteenlopende touchpoints worden ingezet. Er werden dit jaar 31 dossiers ingediend.

Een zeer uitgebreide speciale AMMA-jury van 26 media professionals wees prijzen toe aan 13 dossiers:

Best Use of 1 Medium ; OOH	Nominees
Coca-Cola ; Santa's chalet	EssenceMediacom / JCDecaux
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

De genomineerde dossiers worden aan de finale AMMA-jury en het publiek gepresenteerd op 14 mei

In samenwerking met CommPass, biedt de UMA (United Media Agencies) aan iedereen de mogelijkheid om tijdens een zeer interessante namiddag 35 van de bovengenoemde dossiers te komen ontdekken. De genomineerden binnen 6 domeinen van media expertise (Best Media Strategy, best long-term Media Strategy, Best creative Media Use, Best Use of Data, Best Use of Native & Content, Best Use of Performance Marketing & Media Sustainable Development Award) zullen aan de hand van beknopte presentaties (6 minuten per case) de voltallige AMMA-jury proberen te overtuigen dat ze een award verdienen. De UMA Get Together Best Media Campaigns vindt plaats op 14 mei vanaf 10h30 in Resort Dolce La Hulpe in La Hulpe. (Inschrijven kan op www.uma.be).



De finale AMMA-jury 2025 komt op 16 mei samen in de kantoren van Engie om te oordelen over de Gold, Silver & Bronze awards.

De Awards zullen worden uitgereikt tijdens de feestelijke AMMA Ceremony op 12 juni op het grootse podium van de Flagey-studio's te Brussel.

Inschrijvingen AMMA ceremony: Compass.media

Inschrijvingen UMA Get Together: [UMA Get Together](https://UMA.GetTogether)

Voor bijkomende inlichtingen:

Max B. Brouns - Coördinator AMMA

+ 32 475 97 12 40

