

Introduction

Voici le rapport de l'UMA concernant le Benchmark semestriel des dépenses médias nettes en affichage (médias OOH) en Belgique et au Grand-Duché du Luxembourg.

Ce rapport couvre les années 2025 et 2024 et se base sur les dépenses médias nettes déclarées dans tous les formats publicitaires OOH, sans prendre en compte les coûts techniques, les taxes et les honoraires.

Les chiffres ont été déclarés par les agences médias Billups, dentsu, , Havas, Rapport, Talon, WPP Media & Zigt.

Chaque agence a rempli un tableau reprenant les investissements nets dans les différents segments des médias OOH.

Ce Benchmark fait la distinction entre les formats digitaux (DOOH) et les autres formats OOH.

Le rapportage par les spécialistes de l'affichage comprend également la distinction entre les différentes manières dont les formats DOOH sont planifiés : soit par réservations directes, soit par programmation.

Tous les chiffres nets, déclarés par les agences participantes ont été cumulés par segment de marché et compilés dans un rapport final par notre partenaire externe [Fideliu](#), dans le plus grand respect de la confidentialité.

Les tableaux ci-dessous montrent les évolutions des investissements dans les médias Out Of Home sur les 2 marchés cumulés Belge et Luxembourgeois entre 2025 et 2024.

Les investissements déclarés par les agences spécialisées de l'UMA sont rapportés avec une répartition entre les formats OOH classiques et le DOOH via les réservations directes et via 'l'achat programmatique'.

**Benchmark OOH investments in K€
Belgium & Luxembourg
2025 vs 2024**

	JAN - DEC 2025		JAN - DEC 2024		Evol Index 25/24	
	K€	% Tot	K€	% Tot	Investm	Share %
Total OOH	99.446	62,9%	89.231	63,6%	111	99
Total DOOH	58.646	37,1%	51.061	36,4%	115	102
Grand Total	158.092 €	100%	140.292 €	100%	113	100

Une croissance à deux chiffres pour la quatrième année consécutive

Le chiffre d'affaires total des médias OOH progresse de 13% et atteint ainsi 158 millions. Les médias OOH affichent ainsi des croissances à deux chiffres durant 4 années successives ! Lors du lancement de notre première étude du Benchmark des investissements OOH en 2021, le total du marché s'élevait à 92 millions d'euros. 4 ans plus tard, les médias OOH ont donc réalisé une croissance totale de 68%. (*)

Le DOOH progresse encore un peu mieux que l'ensemble du marché

Les investissements dans les formats Digital Out Of Home (DOOH) progressent légèrement plus vite que l'ensemble du marché. En 2025, le DOOH constitue 37,1% du marché total, contre 28% en 2021)

Zoom sur le Luxembourg

En 2025, les médias OOH ont réalisé une croissance impressionnante de 25% en G-D du Luxembourg. On remarque que les formats DOOH n'ont pas le même poids que sur le marché belge.

**Benchmark OOH investments in K€
Luxembourg
2025 vs 2024**

	JAN - DEC 2025		JAN - DEC 2024		Evol Index 25/24	
	K€	% Tot	K€	% Tot	Investm	Share %
Total OOH	3.382	88,1%	2.499	81,6%	135	108
Total DOOH	458	11,9%	565	18,4%	81	65
Grand Total	3.840 €	100%	3.064 €	100%	125	100

(*) A périmètre égal, c'est-à-dire sur le marché belge sans le marché du G-D du Luxembourg.

Le rapportage par les spécialistes de l'affichage comprend également la distinction entre les différentes manières dont les campagnes DOOH sont achetées : soit par réservations directes, soit par programmation.

**Benchmark DOOH investments in K€
Belgium & Luxembourg
2025 vs 2024**

	JAN - DEC 2025		JAN - DEC 2024		Evol Index 25/24	
	K€	% Tot	K€	% Tot	Investm	Share %
Tot DOOH						
DOOH direct	46.940	80,0%	41.157	80,6%	114	99
pr DOOH	11.706	20,0%	9.904	19,4%	118	103
Total DOOH	58.646 €	100%	51.061 €	100%	115	100

Dans le segment de marché de l'affichage numérique (DOOH), qui pèse en 2025 37% du marché, la part des investissements via l'achat programmatique évolue un peu plus vite que l'ensemble du segment. 20% des investissements dans les campagnes d'affichage numérique sont réalisés par le biais d'outils et de plateformes programmatiques, passant pour la première fois largement au-dessus de la barre des 10 millions. (€11.706.000)

Analyse des évolutions sur 5 années

Les études de l'UMA des investissements publicitaires sur 5 ans nous permettent d'analyser les évolutions depuis 2021.

**Evolution of OOH investments Belgium & Luxembourg
2025 vs 2021**

OOH	2025				2024		2021	
	K€	Evol Y-4	% Mark	Evol Y-4	K€	Evol Y-3	K€	% Market
Total OOH	99.446	143	62,9%	83	89.231	128	69.484	75,5%
Total DOOH	58.646	261	37,1%	152	51.061	227	22.509	24,5%
Grand Total	158.092	172	100%		140.292	153	91.993	100%

4 années successives de croissance à deux chiffres résultent dans une progression totale de +72% (*). L'affichage numérique progresse durant la même période de +161% et représente actuellement 37% du marché total.

(* En 2021, les investissements en G-D du Luxembourg n'était pas repris dans l'étude. A périmètre égal, c'est-à-dire sur le marché belge il s'agit de 68% de croissance du total.

**Evolution of DOOH investments Belgium & Luxemburg
2025 vs 2021**

DOOH	2024				2024		2021	
	K€	Evol Y-4	% Mark	Evol Y-4	K€	Evol Y-3	K€	% Market
DOOH direct	46.940	227	80,0%	87	41.157	199	20.702	92,0%
P - DOOH	11.706	648	20,0%	249	9.904	548	1.807	8,0%
Total DOOH	58.646	261	100%		51.061		22.509	100%

La percée du Programmatique

Le tableau ci-dessus montre la progression impressionnante sur 5 ans des investissements par plateformes programmatiques (pDOOH) jusqu'à 20% du marché des formats numériques.

Agences médias et filiales repris dans le total UMA:

Billups, Dentsu Belgium, Havas Media, Mediabrands (Initiative, UM, Rapport), Talon, WPP Media (EssenceMediacom, Mindshare, Wavemaker) et Zigt.

UMA

Tedescolaan 41

1160 Brussel

www.uma.be

E-mail: max@uma.be