The impact of advertising on the Belgian Economy

Submission for : Best Media Research

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

acc accelerating agencies

UBA

Belgian Association of Marketing
marketing.be

VIA

UMA UNITED MEDIA AGENCIES

AEA

BPX

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

De Raad voor Reclame ondersteunt en begeleidt de reclame-economie in België door in een continu veranderende samenleving:

- economische waarde te promoten
- consumentenvertrouwen in de reclame en haar ecosysteem te bevorderen
- een duurzaam, verantwoord consumentengedrag te stimuleren

dit steunend op de kracht van lokale media binnen een level playing field.

De Raad voor Reclame is hierin een gids voor het hele ecosysteem en hanteert **zelfregulering als leidend principe.**
De JEP verzekert de geloofwaardigheid en staat garant voor het bewaken van het respecteren van standaarden, codes en ethische principes.

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

Le Conseil de la Publicité soutient et accompagne le secteur publicitaire en Belgique dans une société en constante évolution, en :

- promouvant sa valeur économiqueµ
- renforçant la confiance des consommateurs dans la publicité et son écosystème
- encourageant un comportement de consommation durable et responsable

en s'appuyant sur la force des médias locaux dans un « level playing field ».

Le Conseil de la publicité joue ici un rôle de guide pour l'ensemble de l'écosystème et fait **de l'autorégulation son principe directeur.**
Le JEP assure la crédibilité et veille sur le respect des normes, des codes et des principes éthiques.

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

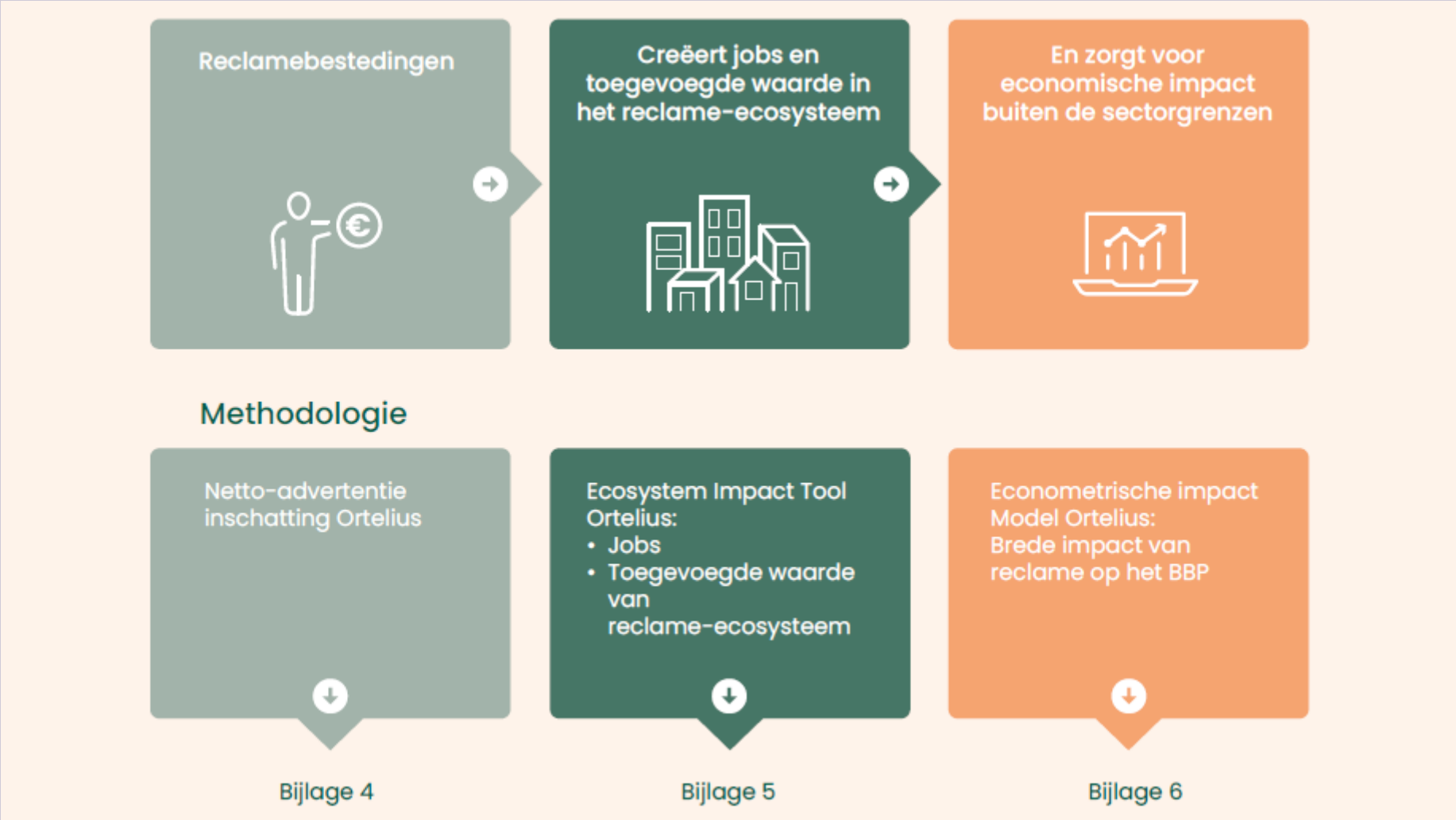
Doelstellingen

1 Een concrete waarde kleven op de impact die de Belgische reclamesector heeft op de economie en op het BNP van België.

2 De socio-culturele impact van reclame in kaart te brengen.

Methodologisch kader

Methodologisch kader



Adverteerders besteedden in 2023 **€1,95 mia** aan reclame in België

Dit leidt tot een Belgisch reclame-ecosysteem* dat 4,1 miljard euro aan toegevoegde waarde genereert

De macro-economische impact gaat breder, want reclame informeert de consument, stimuleert de concurrentie en innovatie, en verhoogt de internationale zichtbaarheid van België**

De socio-culturele bijdrage van reclame is essentieel voor de democratie. Een pluralistisch medialandschap is het fundament van een stabiel economisch systeem

DIRECTE economische impact

- 4.1 miljard
- 46.700 jobs

MACRO economische impact

- 15.1 miljard
- 2.53% van BNP

Engagement
Lokale media zorgen voor sterkere betrokkenheid van het publiek

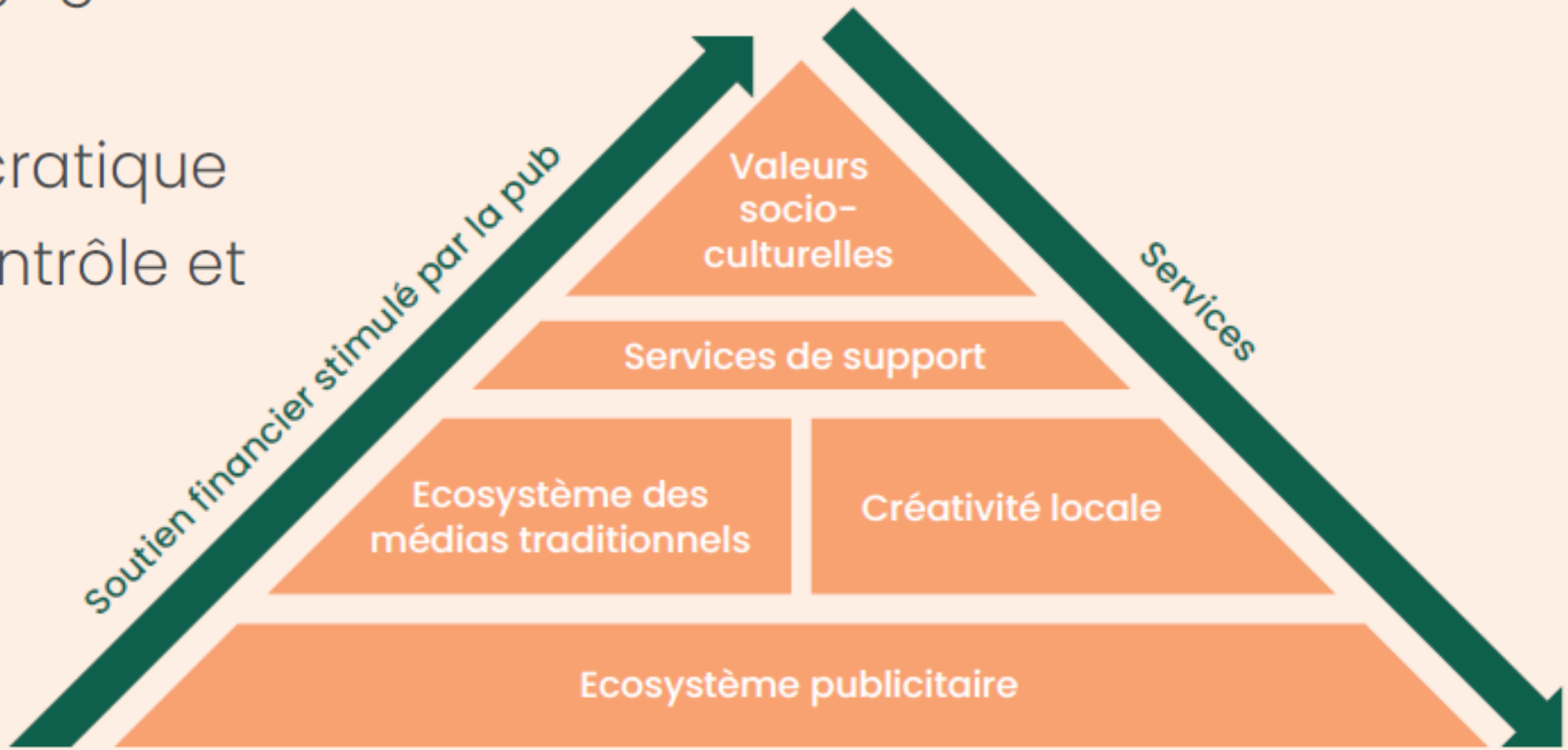
Democratie
Pluralisme zorgt ook voor sociale cohesie en voorkomt polarisatie

Waakhondfunctie
Lokale media zorgen voor checks & balances

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

La publicité est un pilier à la base des valeurs socio-culturelles

- Informer et engager les audiences
- Soutien démocratique
- Fonction de contrôle et de veille



UN SECTEUR EN MUTATION : ÉVOLUTIONS, MOTEURS ET CONSÉQUENCES

Insights

- **Evolutions**
  Between 2000 and 2024 the net advertising investments in % of BNP have **diminished.**
- **Drivers**
  There are **many drivers** behind these evolutions : centralised decision centres, digitalisation, tech platforms, blurring sector boundaries, new technologies like VR and AR, generative AI….
- **Consequences**
  A Belgian ecosystem **under pressure** and an erosion of the socio-cultural role.

L'évolution des investissements publicitaires nets

Part représentée par les investissements publicitaires nets dans le PIB

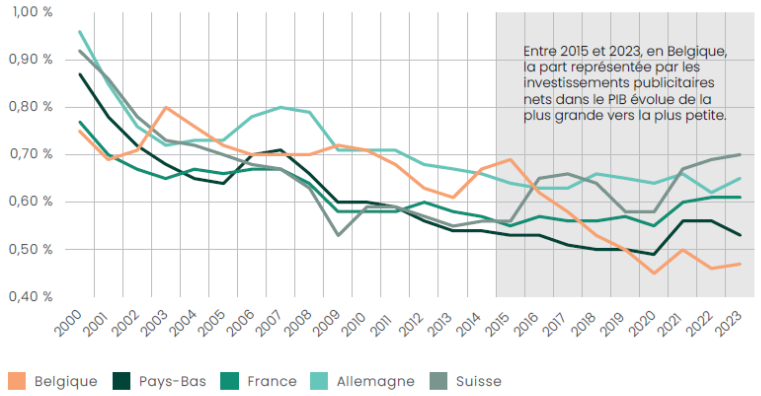


FIGURE 11 Dépenses publicitaires nettes en pourcentage du PIB pour différents pays. PIB et dépenses publicitaires nettes en valeurs nominales.
Sources : Eurostat, WARC

L'évolution des investissements publicitaires nets en Belgique

Part des investissements publicitaires nets dans les dépenses en 2000

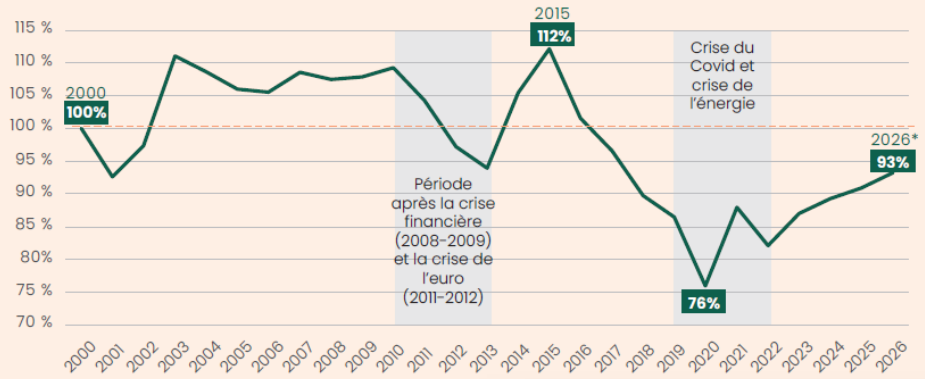
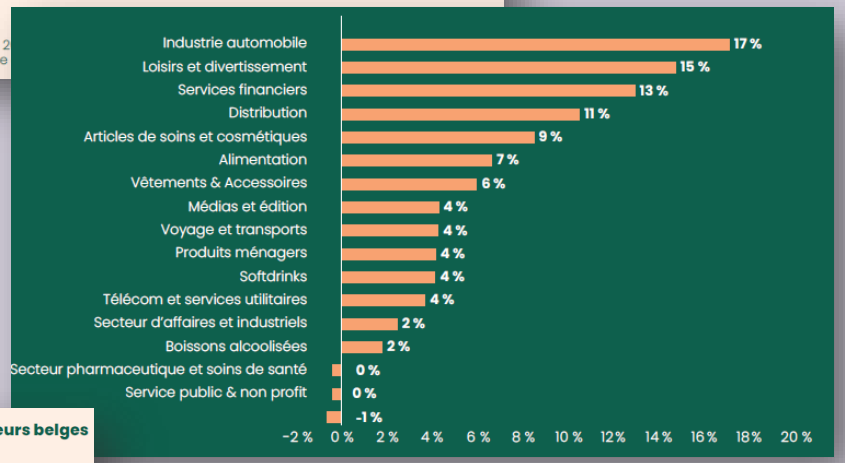
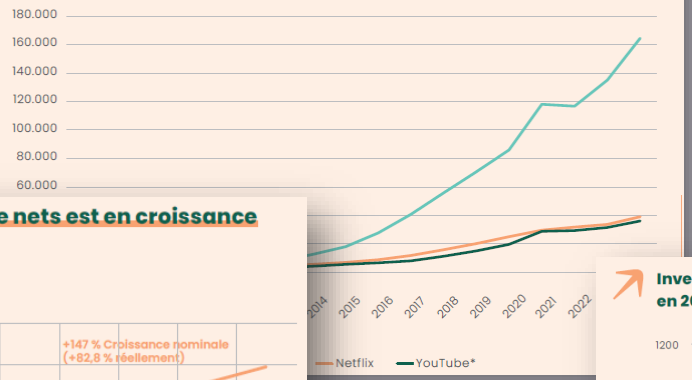


FIGURE 12 les dépenses publicitaires nettes en Belgique par rapport à 2
constantes (avec année de base = 2019).* Le chiffre pour 2026 est une



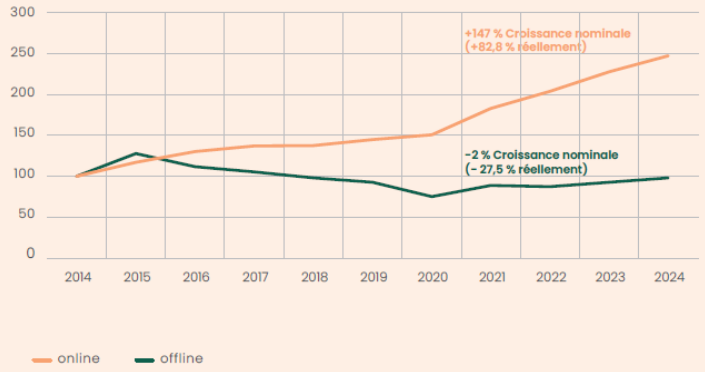
Croissance des grandes plateformes digitales

Chiffre d'affaires annuel global (en millions de $)

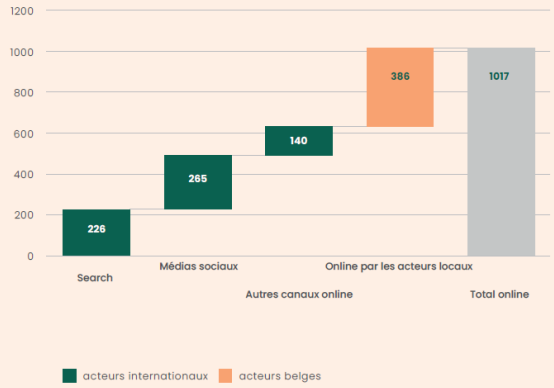


La part des investissements online nets est en croissance

Investissements publicitaires nets (online versus offline)
Mio d'euros



Investissements digitaux des acteurs internationaux / des acteurs belges en 2024, [mio d'€]



8 RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

Sur la base de l'étude d'impact socio-économique et des opportunités évoquées précédemment dans ce rapport, nous formulons les recommandations suivantes pour renforcer le paysage publicitaire belge dans une perspective d'avenir :

8 strategische aanbevelingen

1. Monitor de socio-culturele waarde van reclame.
2. Bouw community platformen.
3. Ontwikkel een gedeelde premium advertentieruimte.
4. Werk samen met technologieplatformen.
5. Zet generatieve AI in als hefboom voor vernieuwing
6. Vergroot de zichtbaarheid van lokaal creatief werk.
7. Investeer vroeg in nieuwe technologieën.
8. Zorg voor een eerlijk speelveld.

L'Echo

Actualité | Investir | Mon Argent | Sabato | ABONNEZ-VOU

À la Une | En continu | Guerre au Moyen-Orient | Gouvernement De Wever | Podcasts | Économie & Politiqu

ACTU | ENTREPRISES | MÉDIAS & DIVERTISSEMENT

Le secteur de la publicité pèse plus de 2,5% du PIB

Une étude d'Ortelius pour le Conseil de la publicité indique que les retombées économiques du secteur publicitaire représentent 15,1

NL | FR | EN

Over UBA | Lidmaatschap | Job Line | UBA

UBA

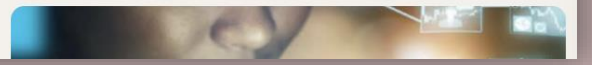
Represent | Communities | Events | Academy | Knowledge Hub

Knowledge Hub > Reclame: motor van groei en van media

Reclame: motor van groei en van media

Luc Eeckhout, Manager Media & Agencies

9 DECEMBER 2025



BELGIAN PUBLISHING XPERIENCE

About | Publishing today | Journal | Podcasts | BPX Events

Geen reclame, geen groei: hoe de reclamesector onze economie jaarlijks 15,1 miljard euro sterker maakt

Ortelius

Voor het eerst in 10 jaar is berekend hoe groot de totale impact is van de reclamesector op de Belgische economie: jaarlijks 15,1 miljard euro of 2,8% van het Belgisch bruto binnenlands product (BBP) om precies te zijn, goed voor 46.653 jobs. Elke euro geïnvesteerd in reclame levert 7,75 euro extra BBP op. Dat blijkt uit een nieuwe studie van Ortelius (Econopolis) in opdracht van de Raad voor Reclame. Tegelijk legt de studie zowel de toenemende druk van de big techplatformen als de verschuiving van de reclamebestedingen naar online bloot. De studie lanceert daarom meteen acht

VIA Association of AV Media

Home

Insights

Reclame, steunpilaar van de Belgische groei

Reclame wordt vaak gereduceerd tot haar commerciële dimensie, maar speelt nochtans een belangrijke economische en maatschappelijke rol. Tijdens de tweede State of the Union, georganiseerd door het CIM en de Raad voor Reclame, presenteerde Geert Noels (CEO en Chief Economist Officer van Econopolis) een studie waarin de totale impact van de sector werd geraamd op 15,1 miljard euro, ofwel 2,53 % van het Belgische bbp. Deze bijdrage gaat veel verder dan alleen de financiering van de media: ze ondersteunt creativiteit, democratie, sociale cohesie en de aantrekkelijkheid van het land.

"De impact van reclame is veel groter dan we denken. " Bij de opening van de State of the Union, georganiseerd in De Munt door het CIM en de Raad voor Reclame, wilde de economist Geert Noels de zaken rechtzetten. Volgens een studie van zijn bedrijf Econopolis, via zijn dochteronderneming Ortelius, bedraagt de directe impact van de sector 4,1 miljard euro per jaar. Als we daar de indirecte effecten bij optellen, stijgt dit cijfer tot 15,1 miljard, ofwel 2,53 % van het Belgische bbp.

acc accelerating agencies

AGENDA | AWARDS | BRAINERY | PLATFORMS | TOOLS & SERVICES | ACC & MEMBERS

ECONOPOLIS/ORTELIUS STUDY

Advertising is a major engine powering economic value, jobs, and innovation. This report shows how the sector generates billions in impact while navigating a fast-changing digital landscape where global platforms are reshaping the conditions for local players. Discover the full report and all the learnings here.

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

Home » Blog » Geen reclame, geen groei: hoe de reclamesector onze economie jaarlijks 15,1 miljard euro sterk

7 dec, 2025

Geen reclame, geen groei: hoe de reclamesector onze economie jaarlijks 15,1 miljard euro sterker maakt

BRUSSEL, 6 december 2025 – Voor het eerst in 10 jaar is berekend hoe groot de totale impact is van d reclamesector op de Belgische economie: jaarlijks 15,1 miljard euro of 2,8% van het Belgisch bruto binnenlands product (BBP) om precies te zijn, goed voor 46.653 jobs. Elke euro geïnvesteerd in reclame levert 7,75 euro extra BBP op. Dat blijkt uit een nieuwe studie van Ortelius (Econopolis) in

DE TIJD

Nieuws | Beleggen | Mijn Geld | Sabato | ABONNEER NU

België stelt registratie biometrische gegevens van migranten uit

Russische haven aan Finse Golf in brand na

NIEUWS | ONDERNEMEN | MEDIA & MARKETING

'Kelderende reclamemarkt bedreigt waakhondfunctie van Belgische media'

Raad voor Reclame
Conseil de la Publicité

Liefste meter, liefste peter, liefste merken die hier leven.

De lampen in de kantoren gaan uit.
De steden lichten op,
de reclamespots klinken warmer,
en overal duiken de eindejaarslijstjes op.

Tussen al die lijstjes ligt één cijfer
dat bijna niemand onder de boom legt: 15,1 miljard euro.

Zoveel waarde creëert reclame voor onze Belgische economie.

Dat is geen voetnoot.
Dat is 2,53% van ons BBP.
Daarvoor zijn elke dag 46.000 mensen aan de slag.
Om merken zichtbaar te maken
en media levend te houden.

Reclame is smeerolie voor economie, cultuur én democratie.

Toch glijdt een groeiend deel van die reclame-euro's
van onze markt naar Big Tech.
Naar platformen die hier geen redacties bouwen,
nauwelijks belastingen afdragen
en onze data enkel gebruiken om hun eigen ecosystemen te voeden.

Gelukkig ziet het plaatje er in België
nog anders uit dan in heel wat andere landen.
We hebben namelijk wél nog een rijk medialandschap.

Daarom dromen we van een 2026
waar we verder bouwen aan economische groei.
Met merken die hun euro's lokaal laten werken.

De uitgevers van BPX en hun partners wensen je
prettige feestdagen en een helder nieuw jaar,
waarin 15,1 miljard redenen genoeg zijn om lokaal te investeren.

Lees hier het volledige onderzoek:

dpg media · IPM · MEDIAHUIS · Rossel · Roularta Media Group · BELGIAN PUBLISHING XPERIENCE

Tussen al die lijstjes ligt één cijfer
dat bijna niemand onder de boom legt: 15,1 miljard euro.

Zoveel waarde creëert reclame voor onze Belgische economie.

Dat is geen voetnoot.
Dat is 2,53% van ons BBP.
Daarvoor zijn elke dag 46.000 mensen aan de slag.
Om merken zichtbaar te maken
en media levend te houden.

De uitgevers van BPX en hun partners wensen je
prettige feestdagen en een helder nieuw jaar,
waarin 15,1 miljard redenen genoeg zijn om lokaal te investeren.

Lees hier het volledige onderzoek:

Van: Otto van der Harst <Otto.vanderHarst@reclamecode.nl>
Datum: 10 december 2025 om 18:19:48 CET
Aan: Marc Frederix | RR-CP <marc.frederix@rr-cp.be>
Kopie: Henriette van Swinderen | bvA <henriette.van.swinderen@bva.nl>
Onderwerp: Belangwekkend rapport!

Beste Marc,

Met ontzag en grote belangstelling hebben wij kennis genomen van jullie rapport over de impact van de reclame op de Belgische samenleving. Heel indrukwekkend en voor ons een geweldig voorbeeld. Ook Nederland heeft weer eens een lange regeringsformatie voor de boeg waarin veel belangen een rol spelen en het voor ons belangrijk is om ons te positioneren als adverterend bedrijfsleven en waardering van reclame positief te beinvloeden.

Ik ben erg benieuwd hoe jullie adviespartner te werk is gegaan bij het uitcijferen van de impact van elke euro besteed. Wij zijn bezig een positioning paper op te stellen maar kijken ook met een schuin oog naar jullie boeiende rapport. We zouden er graag meer over horen. Kunnen we een call opzetten om dit is te bespreken?

Hoor graag!
Hartelijke groet,

Otto van der Harst
Directeur

STICHTING RECLAME CODE

T: +31 (0)20 301 33 97
M: +31 6 52 09 37 77
Buitenveldertselaan 106 | 1081 AB Amsterdam
www.reclamecode.nl

Met ontzag en grote belangstelling....
Heel indrukwekkend en voor ons een geweldig voorbeeld.

Waarom verdient deze studie een AMMA?

1. **Een existentieel belang**
   Cijfers openen deuren, cijfers openen oren.

2. **Waarde door samenwerking**
   Specialisten van UBA, ACC, UMA, VIA, AEA, BPX en BAM werkten gezamenlijk en samen met Ortelius tot het resultaat.

3. **Concrete adviezen voor de toekomst**
   Acht strategische aanbevelingen om het hoofd te bieden aan de uitdagingen van de sector.

4. **De Raad van Reclame leeft !**
   Deze studie is slecht één van de vele nieuwe initiatieven en bewijzen daarvan.

5. **De studie is transparant over de methodologie en is vrij beschikbaar**