

17 oct 2018 -18:20

La campagne « La Belgique, autrement phénoménale » des autorités fédérales brille lors des Euro Effie Awards en remportant deux prix

La campagne « La Belgique, autrement phénoménale », réalisée en collaboration avec l'agence de communication Ogilvy Social.Lab, a touché plus de 170 millions de personnes et a permis de redorer l'image du pays auprès des visiteurs et investisseurs étrangers. Ce 16 octobre 2018, elle a été récompensée par un Bronze et un Silver lors des Euro Effie Awards, un des concours les plus prestigieux qui reconnaît les campagnes les plus efficaces en Europe.

Depuis son lancement en 2017, la campagne des autorités fédérales a contribué à attirer 6 millions de visiteurs issus des pays ciblés (le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, les Pays-Bas, le Luxembourg, la Suisse, les Etats-Unis, le Canada, le Japon, la Chine et l'Inde). Ceci a permis à « La Belgique, autrement phénoménale » de sortir du lot parmi 38 campagnes paneuropéennes sélectionnées pour la finale des Euro Effie. La campagne remporte un bronze dans la catégorie Government, Institutional & Recruitment, et un Silver dans la catégorie Leisure & Entertainment.

L'humour, la modestie et l'autodérision si chers aux Belges a séduit la presse internationale et permis de générer une couverture positive et importante par les quotidiens de tous les pays cibles de la campagne. Cette visibilité a été renforcée par les influenceurs internationaux disposant d'une portée pouvant atteindre jusqu'à 4 millions de followers sur les réseaux sociaux. La collaboration étroite avec les différents niveaux de pouvoir, des célébrités belges ainsi que des partenariats privés et publics, a également contribué à montrer différentes facettes de la Belgique à l'étranger. Des événements ont également été organisés en Belgique, aux Etats-Unis, au Canada, en Inde, en Chine...

C'est autour des réseaux sociaux que la campagne était principalement construite. La campagne ciblait les internautes sur base de leurs centres d'intérêt. Et par son approche multicanaux, la campagne a permis de générer le chiffre phénoménal de plus de 27 millions de vues sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter, LinkedIn, et Facebook), et a déclenché un sentiment positif auprès de 97% de son public cible... Une campagne autrement phénoménale !

Mais comment a-t-on bien pu convaincre autant de monde ? Parce que le challenge est là : comment montrer qu'on est fier de notre pays alors qu'on n'aime pas s'en vanter ? C'est justement ce qui rend la Belgique phénoménale, mais autrement. C'est ce que montre le site [www.autrementphenomenale.be](http://www.autrementphenomenale.be) qui illustre 99 bonnes raisons de visiter la Belgique et d'y investir. Pourquoi 99 ? Parce que 100, ce serait un peu exagéré. Des raisons délicieusement surréalistes, telles que « Le chocolat se conserve à l'abri du soleil. Pas étonnant qu'on trouve le meilleur en Belgique. »

Plus d'informations :

Le site web de la campagne : [www.autrementphenomenale.be](http://www.autrementphenomenale.be)

Les réseaux sociaux : @belphenomenal

Press room de la campagne:

<https://uniquelyphenomenalbelgium-pressroom.prezly.com/fr>

SPF Chancellerie du Premier Ministre - Direction générale  
Communication externe  
Rue de la Loi 16  
1000 Bruxelles  
Belgique  
+32 2 501 02 11  
<https://chancellerie.belgium.be>

Arlin Bagdat  
Directeur général  
+32 2 287 41 05  
+32 478 32 91 47  
[arlin.bagdat@premier.fed.be](mailto:arlin.bagdat@premier.fed.be)