



PERSBERICHT

Alpro, Kazidomi en Kris Michiels (Unilever) winnen Belgian Marketing Awards

Brussel, 17 november 2021. Tijdens een ceremonie bij Deloitte zijn de winnaars van de tweede editie van de Belgian Marketing Awards bekendgemaakt. Alpro, Kazidomi en Kris Michiels (Unilever) werden verkozen tot respectievelijk Belgian Marketing Company of the Year, Young Belgian Marketing Company of the Year en Marketing Leader(ship) of the Year.

Nadat op 25 oktober de drie genomineerden in elke categorie hun case hadden voorgesteld aan de jury onder leiding van Marc Raisière, CEO van Belfius, zijn op 17 november de winnaars bekendgemaakt. Dit tijdens een event bij Deloitte.

In de categorie Belgian Marketing Company of the Year ging de oppergaai naar Alpro. De producent van plantaardige voedingsmiddelen haalde het van Lotus Bakeries en Telenet. “De keuze voor Alpro was een evidente keuze voor de jury”, aldus Marc Raisière. “Uit hun case bleek duidelijk dat ze heel goed nadenken over alle aspecten van het marketingvak. Ook hun sterke link met duurzaamheid past daar perfect in. Het feit dat Alpro altijd voorop is blijven lopen in dit snelgroeiend segment maakt hen tot de logische marktleider.”

Kazidomi werd dan weer bekroond als Young Belgian Marketing Company of the Year en gaat zo Happy Hours en Stellar vooraf. Marc Raisière: “Deze categorie maakte voor de jury het meeste indruk. Drie straffe startups, die duidelijk heel goed hadden nagedacht over hun strategie, hun positionering en over alle elementen van de marketingmix, met binnen communicatie veel aandacht voor social media. Kazidomi trok uiteindelijk het laken naar zich toe omwille van hun totale aanpak en je voelde dat ze al de nodige ervaring hebben. Deze case toont prachtig aan hoe je van een purpose-driven branding naar een solide klantenbasis kan groeien.”

Kris Michiels, Business/Marketing Director Foods&Refreshments en Head Digital Transformation bij Unilever, is tot slot de Marketing Leader(ship) of the Year. Hij haalde het van Steven Van Belleghem (Nexxworks) en Frédéric Martins (ING). “Kris Michiels is het toonbeeld van iemand die leiderschap omzet in acties die zorgen voor straffe businessresultaten”, is de argumentatie van Marc Raisière. “En dat bovendien in een complexe internationale groep. Kris Michiels is een persoonlijkheid die de troeven van marketing binnen Unilever benadrukt, maar dat ook buiten zijn bedrijf doet. Een mooie ambassadeur van ons vak!”

Ter herinnering: De Belgian Marketing Awards zijn een initiatief van BAM, in samenwerking ACC, BABM, BMMA, CUBE en UMA. Ze werden vorig jaar voor het eerst georganiseerd.

Over ACC: Association of Communication Companies

De missie van de ACC bestaat erin het communicatievak te upgraden, te promoten en te beschermen. De ACC telt 135 leden, gaande van gespecialiseerde bureaus in bepaalde vakgebieden tot en met de volledig geïntegreerde bureaus. De rol van ACC is het versterken van deze bureaus in hun individuele belangen en hun collectieve ambities.

Meer info op www.accbelgium.be

Over BAM

De Belgian Association of Marketing (BAM) is de belangrijkste community van marketing- en mediaspecialisten in België. BAM heeft als missie om marketing om te vormen tot een betekenisvolle aanpak, Meaningful Marketing, die ondernemers, bedrijven en organisaties begeleidt in hun transformatie naar klantgerichtheid. BAM focust op vier domeinen: innovatietechnologie, data, (digitale) media en privacy. Het doet dat door meaningful events te organiseren, in samenwerking met anderen initiatieven te nemen, opleidingen te organiseren en invloed uit te oefenen op het beleid (wetgeving, lobbying).

Meer info op www.marketing.be

Over BABM

BABM is de Belgo-Luxemburgse Vereniging van Merkartikelfabrikanten. Zij vertegenwoordigt de sector van de Fast Moving Consumer Goods van merkfabrikanten in België en Luxemburg inzake essentiële onderwerpen die het vermogen van merkfabrikanten om hun merken te ontwerpen, te verdelen en te verhandelen kunnen beïnvloeden.

De missie van BABM: duurzame waarde in de Belgische FMCG markt creëren door middel van een eerlijke, op samenwerking gebaseerde relatie met de handelaars, een efficiënte toeleveringsketen en inspirerende consumenten ervaringen.

BABM is lid van AIM (de Europese Merkenvereniging) die gelijkaardige organisaties in verschillende Europese landen groepeert.

Meer info op www.babm.be

Over BMMA

Inspireren, opleiden en delen zijn de pijlers van de BMMA

Al 50 jaar lang slaan we de brug tussen management en marketing. Professionals met honger naar verandering vinden hier de inspiratie waar ze naar op zoek zijn. De BMMA is uniek, want ze brengt alle spelers in het veld rond de tafel voor zinvolle discussies en ontmoetingen.

Meer info op www.bmma.be

Over CUBE

Cube is the connected hub for like-minded people with a passion for consumer understanding.

Meer info op www.consumerunderstanding.be

Over UMA

The UMA (United Media Agencies) promotes media agencies' expertise, added value and diversity of the services proposed to a wide audience within the communication sector, such as advertisers, media partners, authorities and the general public.

Meer info op www.uma.be