



Francesca Vanthielen (VTM - met dank aan ummtv)

Intro: 19u30

Francesca Vanthielen (VTM - ummtv) & Christophe Deborsu (RTBF - RMB)

Welkom

Bob De Paepe
voorzitter EFFIE Comité

PRESENTATIE VAN DE EFFIE 2009 NOMINEES

Electrabel

"Samen voor minder CO2"
Barbara De Laet (Electrabel), & Isabelle Vanden Eede (Famous)

De Standaard

"Onverantwoord interessant"
Mia Venken (De Standaard) & Elke Janssens (LDV United)

Rabobank.be

"Bent u al mee?"
Dirk Dewulf (Rabobank) & Stijn Gansemans (Openhere)

Valorfrit

"Het oliespook"
Tom Smidts (Valorfrit) & Kris van Hest (Square)

Het Nieuwsblad

"Het Volk leest nu
Het Nieuwsblad"
Liesbeth Dupon (Het Nieuwsblad) & Geert Potargent (TBWA)

Eurostar

"Eurostar op volle snelheid"
Elise Min (Eurostar) & Bert Denis (TBWA)

Weight Watchers

"Speel ze kwijt, voor altijd"
Sjoerd Leeflang (Weight Watchers) & Katia Strauwen (Duval Guillaume)

Prijsuitreiking

Gold, Silver & Bronze EFFIE's, Measurement of Effectiveness Award, Publieksprijs en misschien een Grand EFFIE

21u

Cocktail & Walking Dinner



www.effiebelgium.org

meerwaarde en altijd garant stonden voor het DNA van EFFIE. Want ook EFFIE steunen is een reflex geworden op onze kleine markt, wat ook de vooruitzichten inzake bestedingen mogen zijn.

In 22 jaar volgde ook het EFFIE Comité steeds dezelfde koers, om een alsmaar 'efficiënter' product af te leveren dat beantwoordt aan uw verwachtingen en inspanningen, met de leuze van ene beroemde Willem voor ogen...

Het EFFIE Comité

"Je maintiendrai"

Ondanks, of misschien precies vanwege de crisis die momenteel zowat alle economische sectoren wereldwijd treft, is het een hele geruststelling vast te stellen dat er nog bakens zijn die het mogelijk maken op koers te blijven in woelige wateren. Een daarvan is wat we de 'EFFIE-reflex' noemen.

Want de EFFIE is meer dan een prijs, de EFFIE groeide uit tot een navigatie-instrument. Wie de EFFIE-reflex heeft, stelt zijn communicatiecampagne af op de communicatiedoelstellingen die ze nastreeft: zich kenbaar maken, zijn imago in de verf zetten, traffic genereren, verkopen, marktaandeel opbouwen, enzovoort. Wie de EFFIE-reflex heeft, geeft zichzelf per definitie de middelen om op voorhand de evaluatiecriteria te definiëren die achteraf gebruikt zullen worden om de impact van diezelfde communicatie te meten en te beoordelen. Net zoals een kompas wijst EFFIE de richting aan, als een vertrouwd referentiepunt dat helpt om de te volgen koers aan te houden.

Steeds meer adverteerders en bureaus verwerven de EFFIE-reflex. Voor de editie van 2009 konden we een recordaantal inschrijvingen registreren: +25%. In totaal 25 dossiers, ingediend door 16 verschillende bureaus. Hieruit selecteerde de jury van Luc Suykens er zeven. Van de zeven laureaten die zichzelf vanavond aan u voorstellen, kunnen drie genomineerden in de categorie Long Term een gooi doen naar de ultieme bekroning en de Grand EFFIE in de wacht slepen. Na 22 jaar verdient EFFIE meer dan ooit zijn titel als 'prijs der prijzen' die openstaat voor alle marketing- en communicatiedisciplines. Geen enkele andere prijs inspireert in die mate de relatie tussen adverteerders en bureaus, geen enkele andere prijs maakt het mogelijk hun talenten te bundelen met één enkele bedoeling: het streven naar optimale efficiëntie. In zijn 22-jarige bestaan kon EFFIE ook rekenen op de steun van alsmaar meer trouwe sponsor-partners die zich altijd bekommerden om de

De EFFIE organisatie

De EFFIE® wordt in België georganiseerd door de VZW EFFIE Award Belgium. Deze wordt beheerd door drie partnersorganisatoren, op vrijwillige basis: de UBA, Stichting Marketing en de ACC, met de medewerking van Media Marketing. Naast de algemene organisatie die de partnersorganisatoren beheren via het EFFIE Organisatie Comité, staat de UBA specifiek in voor het voorzitterschap en de jury, Stichting Marketing voor de administratie, financiën en juridische aspecten, en de ACC voor de communicatie. Media Marketing verzorgt de perscontacten.

HET EFFIE ORGANISATIE COMITÉ:

Bob De Paepe (directeur Generaal UBA - voorzitter EFFIE Comité)
Pascale Cambie (directeur Instima, vormingsinstituut van Stichting Marketing)
Lena Vyncke (directeur ACC)
Frédéric Bouchar (directeur Media Marketing)
Josephine Overeem (strategisch consultant)
Monique Gerritsen (adviseur & eindverantwoordelijke coördinatie)
Ria Vander Perre (adviseur & fieldcoördinatie)



Verantwoordelijke uitgever: Christine Van den Berghe, Tel.: +32 (0)2 467 22 11

