



## **BRUXELLES, MA BELLE !**

### **LE CONTEXTE**

Bruxelles Propreté est bien sûr garant d'une ville propre mais avait la volonté de monter un peu plus haut dans sa mission de marque.

En tant que garant de la propreté ils sont aussi désireux d'être inspirant sur le thème du « vivre ensemble » car par extension une ville plus propre est une ville qui sera mieux vécue et donc garante d'une vie plus sereine et plus harmonieuse.

L'accent devait également être mis sur le côté 'ensemble' car cet objectif, cet ambition ne peut être atteint que si TOUS LES BRUXELLOIS s'y mettent et s'unissent pour y aboutir.

C'est ce que la campagne symbolisait dans son visuel : une personne ayant le « bon geste » soutenue par tout un groupe derrière elle. Et la signature intègre d'ailleurs en terme « symbolique » un petit pictogramme de deux mains qui se serrent comme témoignage de ce pacte entre Bruxellois.

Nous avons voulu amplifier cet effet et ce pacte.

### **INSIGHT, IDÉE ET IMPLÉMENTATION**

Le thème de la campagne est de faire du Bruxellois le héros, mais comment transformer, par l'intermédiaire d'une réflexion/action media TOUS les Bruxellois en héros potentiel de la campagne, et par la même occasion montrer ceci au plus grand nombre.

Nous avons saisi deux opportunités :

- Le targeting géographique, le potentiel de buzz et l'opportunité vidéo des réseaux sociaux
- Le gigantisme du plus grand écran vidéo du pays en plein cœur de Bruxelles



Nous avons donc monté une opération terrain sur la place **De Brouckère**

Opération terrain qui a utilisée l'impact du tout nouveau panneau **i-conic**

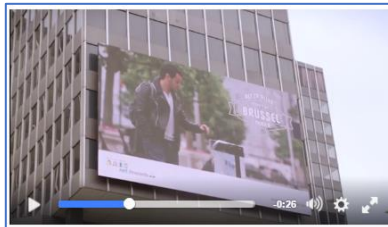
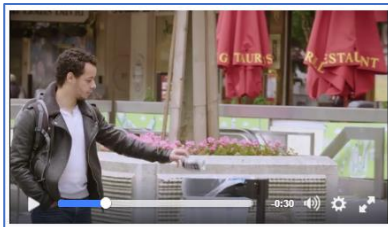
Opération dont la vidéo a ensuite été relayée sur les réseaux sociaux pour maximiser **l'effet viral**

Pour mettre l'émphase sur la participation de TOUS les Bruxellois nous avons mis sur pied une action qui **transforme les citoyens** de Bruxelles avec le bon réflexe **en héros**.

Le principe était :

- Une caméra était braquée sur les poubelles de la place de Brouckère et filmait et prenait en photo les personnes qui jetaient leurs déchets dedans
- A chaque personne qui avait le « bon geste » une photo était prise, mise en page sous la forme de la campagne « Tous unis » et projeté sur l'écran I-CONIC sur la place de Brouckère
- Une personne de chez Bruxelles Propreté accompagnait les personnes, leur montrait la « surprise » et remerciait cette personne pour son geste
- Une vidéo a été montée et ensuite diffusée sur les réseaux sociaux
- Vidéo qui au-delà des vues fut partagée pour augmenter encore la couverture

Au final : **une campagne pour les citoyens, mettant en valeur les citoyens, partagée par les citoyens**



### **LA CONTRIBUTION DE L'EXPERTISE MEDIA ?**

La contribution a été de transformer la promesse de la marque en geste CONCRET en faisant un HAPPENING s'appuyant sur un nouveau format géant, et ensuite de relayer ceci sur les réseaux pour AUGMENTER le REACH !

### **POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?**

Parce qu'on a trop l'habitude de voir ce genre de cas dans des awards internationaux et qui ont été fait à Times Square ou autres grande place iconique de l'affichage, alors quand ça se passe chez nous, dans notre capitale, ça mérite un COUP DE CHAPEAU !

### **ANNEXES**

Vidéo