



De winnaars van de Belgian Marketing Awards zijn

Toerisme Oostende, Just Russel en Valérie Morfitis (Unilever)

Brussel, 6 november 2024. Toerisme Oostende, Just Russel en Valérie Morfitis (Unilever) zijn de winnaars in de drie categorieën van The Belgian Marketing Awards. De laureaten van de vijfde editie werden bekend gemaakt tijdens een feestelijke avond op 6 november bij Deloitte.

Belgian Marketing Company of the Year: Toerisme Oostende

Toerisme Oostende, een samenwerking tussen overheid en de privésector (zoals de horeca en de middenstand in Oostende), is als vijfde organisatie ooit bekroond tot Belgian Marketing Company of the Year. Het treedt daarmee in de voetsporen van Spadel, Alken-Maes, Alpro en Delhaize. Toerisme Oostende liet retailer Albert Heijn en energieleverancier Eneco achter zich. Zij gingen naar huis met respectievelijk een Silver Award en een Bronze Award.

“De jury was bijzonder gecharmeerd door de case van Toerisme Oostende”, klinkt het bij monde van juryvoorzitter Koen Verwee (Mediahuis). “De organisatie werd 25 jaar geleden opgericht en heeft als bedoeling om het imago van Oostende te verbeteren, meer toeristen en tweedeverblijvers aan te trekken en het hele jaar door attractief te zijn. Het heeft zich daarom als een culturele bestemming gepositioneerd en ondanks een beperkt budget met veel succes: het aantal toeristen en tweedeverblijvers is duidelijk toegenomen, net als bijvoorbeeld het aantal viersterrenhotelkamers. Geen compromissen sluiten en geduldig zijn heeft tot deze uitzonderlijke prestatie geleid.”

Belgian Young Marketing Company of the Year: Just Russel

In de categorie Belgian Young Marketing Company of the Year was de overwinning voor Just Russel, een jong dierenvoedingmerk. Ray & Jules (koffiemark) was goed voor een Silver Award, Nobli (producent van slimme lampen) voor een Bronze Award.

De jury was onder de indruk van de maturiteit van de marketingaanpak van de jonge onderneming: “Het bedrijf is nog maar vijf jaar actief,” aldus Koen Verwee, “maar was na een jaar al rendabel. Het speelt in op een duidelijke consumentenneed door een quasi persoonlijk voedingspakket voor elk huisdier samen te stellen. Bovendien gebruikt het merk alle state-of-the-art marketingtools en brengen ze de customer journey haarfijn in kaart.”

Belgian Marketing Leader(ship) of the Year: Valérie Morfitis

Valérie Morfitis, Global Media Director bij Unilever, haalde het tot slot in de categorie Belgian Marketing Leader(ship) of the Year voor Nicolas Lambert (Tuanis) en Yannick de Bièvre (Carrefour), die respectievelijk met een Silver een een Bronze Award naar huis gingen.

“In de case van Valérie viel op hoe zij impact genereert door bruggen te bouwen tussen consumenten, media, bureaupartners en haar eigen interne team”, verklaart Koen Verwee. “Die gave koppelt ze aan een sterke visie. Valérie zette in op een evolutie van digitale marketing naar marketing in een gedigitaliseerde wereld. Daarmee maakt ze een duidelijk statement: we zijn als sector voorbij de fase van het implementeren van digital marketing en moeten ons dieper buigen over de vraag hoe je aan marketing doet in die volledig digitale wereld. Dat is een belangrijk verschil en een inzicht waarmee ze veel Belgische marketeers een spiegel voorhoudt.”

Deloitte Award

De Deloitte Award, voor Excellence in Data & MarTech, ging tot slot naar Just Russel omwille van hun datagedreven marketingaanpak. Koen Verwee: “Ze doen het net het omgekeerde van wat de gewoonte is in FMCG en daar kunnen grote bedrijven dus heel wat van leren.”