



Jury Belgian Marketing Awards bekendgemaakt

Brussel, 21 augustus 2025. De jury die dit jaar de Belgian Marketing Awards zal uitreiken, is bekend. Ze telt dertien leden met aan het hoofd Lies Eeckman, Managing Director bij Polestar Belgium en Luxemburg.

Tijdens de zomer en in het najaar gaan de vakorganisaties ACC, BABM, BAM, BMMA, CUBE, UBA en UMA op zoek naar de Belgian Marketing Company of the Year, The Young Belgian Marketing Company of the Year en The Marketing Leader(ship) of the Year, de drie winnaars van de Belgian Marketing Awards.

De winnaars worden gekozen door een jury van dertien experts, met daarin zowel bureaumensen, adverteerders als academici. Lies Eeckman, Managing Director bij Polestar Belgium en Luxemburg, zal de jury begeleiden door het verkiezingstraject. “Voor mij is marketing de combinatie van logic en magic”, liet ze zich eerder al ontvallen. “Ik ben dan ook op zoek naar cases die tonen hoe ze deze combo succesvol ingezet hebben en hoe logic en magic een op een hebben bijgedragen aan de gewenste resultaten.”

Naast Eeckman telt de jury nog twaalf andere experts, meer bepaald Evert Vermeire (Mortierbrigade), Griet Demasure (Unilever), Kris Michiels (Nationale Loterij / Loterie Nationale), Hugues Rey (Havas), Eddy Cremers (Ipsos), Andy Van Hassel (Brouwerij de Brabander) en Dhan Claes (Semetis). Zij worden vergezeld door de winnaars of finalisten van de Belgian Marketing Awards van 2024: Cyriel Van Steen (Just Russel), Katrien Herwege (Eneco Belgium) en Valerie Morfitis (voormalig Unilever). Academici Els Breugelmans (KU Leuven) en Virginie Bruneau (ULB) sluiten het rijtje.

Kandidaturen tot eind juni

Ter herinnering, ACC, BABM, BAM, BMMA, CUBE, UBA en UMA organiseren de Belgian Marketing Awards voor de zesde keer. De awards bekronen merken en marketeers die vanuit marketing de customer centric transformatie van bedrijven voeden en sturen, en de marketing practice heroriënteren richting meaningful marketing. Ze tellen drie categorieën: The Belgian Marketing Company of the Year, The Young Belgian Marketing Company of the Year en The Marketing Leader(ship) of the Year.

Kandidaten voor dit initiatief, dat steun geniet van Deloitte, hadden de tijd tot 30 juni om zich te melden via de website www.belgianmarketingawards.be. Vervolgens werden de kandidaten uitgenodigd om een dossier in te dienen voor 15 augustus. Een Selectiecomité kiest vervolgens de 9 genomineerden (3 per categorie). Op basis daarvan, aangevuld met een mondelinge presentatie, bepaalt de jury de winnaars. Die worden op 5 november bekendgemaakt tijdens een gala bij Deloitte in Zaventem.

Over ACC

De missie van de ACC bestaat erin het communicatievak te upgraden, te promoten en te beschermen. De ACC telt 200 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

BAM, kort voor de Belgian Association of Marketing, is de grootste vakvereniging voor marketing in België. BAM heeft als missie om waarde te creëren en duurzame relaties op te bouwen. Dat geloof in meaningful marketing wil de vereniging doorgeven aan iedereen die haar pad kruist. Een focus op sustainability, inclusion & diversity, technology en privacy & ethics geeft dit geloof extra invulling. Enkel zo is BAM in staat om betekenis te geven aan marketing. Enkel zo helpt BAM professionals om marketing in het hart van hun organisatie te plaatsen.

Om deze missie te vervullen is BAM een open community en zoekt het actief naar partnerships. In het BAM-netwerk kunnen professionals terecht voor inspiratie, kennis en kruisbestuiving.

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 groepeeret.

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 de hub waar gelijkgestemde mensen met een passie voor consumer understanding elkaar vinden.

Meer info op www.consumerunderstanding.be

Over UBA

United Brands Association is de Belgische vereniging voor adverteerders, *van* en *voor* merken. Missie is het creëren van een creatief, innovatief en transparant eco-systeem dat een unieke voedingsbodem vormt voor sterke en duurzame merken. UBA *vertegenwoordigt* de belangen van zijn adverteerders,

faciliteert het verwerven van kennis rond het bouwen van merken, en *inspireert* en *verbindt* merken met elkaar. De UBA community telt 370 bedrijven, vertegenwoordigt 1050 merken en verenigt 7200 merkenbouwers.

Meer info op www.ubabelgium.be

Over UMA

De UMA (United Media Agencies) bevordert de deskundigheid, de toegevoegde waarde en de diversiteit van de aangeboden diensten van de mediabureaus bij een breed publiek binnen de communicatiesector, zoals adverteerders, mediapartners, overheden en het grote publiek.

Meer info op www.uma.be

Voor meer informatie over de inhoud van dit persbericht, contacteer sarah.vyverman@marketing.be
- 02/234 54 08