



Le jury des Belgian Marketing Awards dévoilé

Bruxelles, 21 août 2025. Le jury qui décernera cette année les Belgian Marketing Awards a été constitué. Il compte treize membres et sera présidé par Lies Eeckman, Managing Director de Polestar Belgique et Luxembourg.

Cet été et à l'automne, les organisations professionnelles ACC, BABM, BAM, BMMA, CUBE, UBA et UMA partiront à la recherche des lauréats dans trois catégories : Belgian Marketing Company of the Year, Young Belgian Marketing Company of the Year et Marketing Leader(ship) of the Year. Ces trois distinctions seront remises dans le cadre des Belgian Marketing Awards.

Les gagnants seront choisis par un jury de treize experts issus des agences, des annonceurs et du monde académique. Lies Eeckman, Managing Director de Polestar Belgique et Luxembourg, accompagnera le jury tout au long du processus de sélection. « Pour moi, le marketing est une combinaison de logique et de magie », a-t-elle déclaré récemment. « Je me laisserai séduire par les campagnes qui auront su combiner intelligemment ces deux aspects, en veillant à ce qu'ils mènent ensemble aux résultats escomptés. »

Aux côtés de Lies Eeckman, le jury rassemble douze autres experts, à savoir Evert Vermeire (Mortierbrigade), Griet Demasure (Unilever), Kris Michiels (Loterie Nationale), Hugues Rey (Havas), Eddy Cremers (Ipsos), Andy Van Hassel (Brasserie de Brabander) et Dhan Claes (Semetis). Ils seront rejoints par les lauréats des Belgian Marketing Awards 2024 : Cyriel Van Steen (Just Russel), Katrien Herwege (Eneco Belgium) et Valerie Morfitis (anciennement Unilever). Les universitaires Els Breugelmans (KU Leuven) et Virginie Bruneau (ULB) complètent la liste.

Inscriptions jusqu'à la fin juin

Pour rappel, les Belgian Marketing Awards sont organisés pour la sixième fois par les associations ACC, BABM, BAM, BMMA, CUBE, UBA et UMA. Ces distinctions récompensent les marques et les professionnels du marketing qui, à travers une démarche centrée sur le client, stimulent et pilotent la transformation des entreprises, tout en réorientant la pratique du marketing vers un marketing porteur de sens (*meaningful marketing*). Les prix sont décernés dans trois catégories : The Belgian Marketing Company of the Year, The Young Belgian Marketing Company of the Year et The Marketing Leader(ship) of the Year.

Les candidats à l'initiative, qui bénéficie du soutien de Deloitte, avaient jusqu'au 30 juin pour déposer leur candidature sur le site web www.belgianmarketingawards.be. Les candidats ont ensuite été invités à déposer leur dossier avant le 15 août. Un comité de sélection désignera ensuite neuf nominés (trois par catégorie). Sur cette base, et après une présentation orale, le jury déterminera les gagnants. Ceux-ci seront révélés lors du gala du 5 novembre, organisé chez Deloitte à Zaventem.

--

À propos de l'ACC

La mission de l'ACC (Association of Communication Companies) est de valoriser, promouvoir et défendre les métiers de la communication. L'ACC compte 200 membres, allant d'agences spécialisées dans certains domaines à des agences entièrement intégrées. Elle a pour rôle d'épauler ces agences tant dans leurs intérêts individuels que dans leurs ambitions collectives.

Plus d'infos sur www.accbelgium.be

À propos de BAM

La Belgian Association of Marketing (BAM) est la principale association marketing de Belgique. Elle a pour mission de créer de la valeur et de tisser des relations durables en communiquant son enthousiasme pour le meaningful marketing à tous ceux qui croisent son chemin. Ses thèmes de prédilection sont la durabilité, l'inclusion et la diversité, la technologie, le respect de la vie privée et l'éthique.

C'est en approfondissant ces sujets que BAM est capable de donner du sens au marketing et d'aider les professionnels du métier à placer le marketing au cœur de leurs entreprises.

Pour mener à bien cette mission, BAM se veut une communauté ouverte et désireuse d'engager des partenariats. Le réseau de BAM entend être synonyme d'inspiration, d'expertise et de synergies pour tous les marketers.

Plus d'infos sur www.marketing.be.

À propos du BABM

Le BABM est l'association belgo-luxembourgeoise des fabricants de produits de marque. Elle représente le secteur des produits de grande consommation (FMCG) en Belgique et au Luxembourg sur des enjeux essentiels susceptibles d'influencer la capacité des fabricants à concevoir, distribuer et commercialiser leurs marques.

Sa mission : créer une valeur durable sur le marché belge des FMCG grâce à une relation équitable et fondée sur la coopération avec les distributeurs, une chaîne logistique efficiente et des expériences consommateurs inspirantes.

Le BABM est membre de l'AIM (Association européenne des marques) qui regroupe des organisations similaires dans plusieurs pays européens.

Plus d'infos sur www.babm.be

À propos de la BMMA

Inspirer, former et partager : telles sont les trois priorités de la BMMA. Depuis 50 ans, elle fait le lien entre le management et le marketing. Les professionnels en quête de transformation y trouvent une véritable source d'inspiration. La BMMA se distingue en réunissant autour de la table tous les acteurs du secteur pour des échanges et des rencontres riches de sens.

Plus d'infos sur www.bmma.be

À propos de CUBE

CUBE est un hub qui rassemble des personnes animées par une passion commune pour la compréhension des consommateurs.

Plus d'infos sur www.consumerunderstanding.be

À propos de l'UBA

L'UBA (United Brands Association) est l'association belge des annonceurs, *par et pour* les marques. Sa mission est de créer un écosystème créatif, innovant et transparent, véritable terreau pour des marques fortes et durables. L'UBA *défend les intérêts* des annonceurs, *facilite* l'acquisition de savoirs pour construire des marques et *inspire* les professionnels tout en *favorisant les connexions* entre eux. La communauté UBA comprend 370 entreprises, représente 1050 marques et réunit 7200 bâtisseurs de marques.

Plus d'infos sur www.ubabelgium.be

À propos de l'UMA

L'UMA (United Media Agencies) promeut l'expertise, la valeur ajoutée et la diversité des services offerts par les agences médias auprès d'un large public du secteur de la communication : annonceurs, partenaires médias, autorités et grand public.

Plus d'infos sur www.uma.be

Pour en savoir plus sur le contenu de ce communiqué de presse, veuillez contacter sarah.vyverman@marketing.be

- 02/234 54 08