

Films nominés et gagnants

Product

Le gagnant : Atlas Copco Airpower

Réalisation: DoubleDouble



Ce n'est pas facile de capter l'attention des gens avec un sujet techniquement complexe tel que l'air comprimé. Le film 'Compressed Air is Everything» y est brillamment parvenu grâce à l'incorporation d'éléments humoristiques dans son scénario. Retenir l'attention des spectateurs avec de l'air, il faut le faire ! Le guide 'Big Bert' présente avec bonhomie les multiples applications de l'air comprimé. Un bel exemple de 'storytelling' qui atteint son objectif.

Nominé: Colas

Réalisation: Arizona Films

Cette très belle réalisation présente un concept innovant : une route solaire où les panneaux photovoltaïques sont intégrés à la chaussée. Le film crée un cadre inspirant et visionnaire. Le message est clair, la bande sonore est originale et la synergie entre les images réelles et l'animation est 'lumineuse'.

Nominé : Atelier 185

Réalisation: La fleur rouge

Le film 'The Art of Atelier 185' illustre le processus de fabrication de couteaux en acier Damas par le biais d'un témoignage empreint de passion. Il s'agit d'un bel exemple de communication narrative réussie. Un scénario fort, une belle palette de couleurs, des images qui interpellent, une voix off authentique et une bande sonore bien choisie contribuent à mettre l'aspect artisanal du processus de fabrication en lumière.

Service

Le gagnant: KBC

Réalisation: CAU - production interne



Avec ce film simple et humoristique, la KBC illustre quels types de question peuvent être posées au 'Service associations'. Un élément 'dramatique' est ajouté au film avec une touche d'humour. Le film est court et percutant, son message est clair et il a un bon scénario. La vidéo maintient l'attention du spectateur. C'est un film à petit budget (1 acteur et une caméra) qui est bien fait. On n'a pas besoin de plus !

Nominé: Jobat

Réalisation: Sputnik Media / The Oval Office

La vidéo de Jobat qui fait partie de la campagne du 'Valorimètre', illustre l'importance pour un candidat de chercher un employeur qui partage ses valeurs. Le film a pour objectif de 'secouer' les chercheurs d'emploi en leur faisant entrevoir les conséquences d'une incompatibilité de valeurs entre employés et employeurs. La démarche créative et ludique et le message clair en font un film puissant qui incite à la réflexion.

Nominé: DA

Réalisation: 87seconds

Par le biais de cette vidéo à la fois très simple et extrêmement créative DA informe ses clientes potentielles des différentes formules d'une assurance contre le cancer du sein. L'entreprise aborde ce sujet sensible avec une touche d'humour et le respect nécessaire. La scène d'ouverture intrigue, les métaphores bien choisies et originales retiennent l'attention du spectateur. Le message est bref, fort et clair.

Event

Le gagnant: FISA Salon des Vacances Bruxelles

Réalisation: Sokan



Ce film original et humoristique a permis à FISA, l'organisateur du Salon des vacances de Bruxelles, d'attirer l'attention d'un vaste public sur les réseaux sociaux. Le film est sympathique, court et efficace. Le concept créatif est bien trouvé et est superbement mis en valeur par la prestation des acteurs. Aucune parole, un décor réduit au minimum et les acteurs parviennent malgré tout à captiver la foule. C'est du belge !

Nominé: Fednot

Réalisation: Sylvester Productions

Ce film court et fort de Fednot présente le secteur notarial sous un angle nouveau et rafraîchissant. Le contraste entre l'austérité du monde notarial et du congrès annoncé est surprenant. Les belles images et la musique entraînante en font un film réussi.

Nominé: La ville d'Anvers

Réalisation: Mediamixer

Le film 'Le Tour de Flandre: Julien le Flandrien' invite les spectateurs potentiels à assister au départ du Tour à Anvers. Il s'agit d'une production ludique et originale en 'stop motion' qui transmet un message clair. La voix off qui commente la course, la musique d'ambiance appropriée et le contraste entre le décor grandiose et le minuscule coureur cycliste en font un bel ensemble.

Corporate Image Profit

Le gagnant: Elia

Réalisation: Media Facilities



Le film 'Elia corporate movie 2017' présente non seulement l'entreprise mais également la plus-value générée par Elia en vue de contribuer au développement de la société. Le film est bien conçu. Il interpelle le spectateur par un excellent montage, de belles transitions d'images et des changements de rythme bien conçus. Le film s'appuie aussi sur un bon scénario.

Nominé: Fosbury & Sons

Réalisation: Beeldhouters

L'objectif du film de Fosbury & Sons est de susciter de l'intérêt pour la création d'un espace de travail original. La vidéo est créative. Le choix des couleurs, la musique appropriée, la création d'une atmosphère et le scénario inspirant contribuent à la réalisation d'un film fort. La lassitude et l'ennui sur les lieux de travail traditionnels sont bien rendus. La visualisation du texte sur un ruban d'une machine à écrire est une bonne trouvaille.

Nominé: ING

Réalisation: Plan.net / Neverest

Le film "Make your dreams come true" d'ING est beau et inspirant. Il fait surtout appel aux émotions. ING désire faire passer le message que la banque aide ses clients à réaliser leurs rêves. La structure narrative est bien élaborée, les images sont belles et la musique confirme la qualité de la production. Ce film poétique réchauffe les cœurs. Une belle production !

Corporate Image Social Profit

Le gagnant: SOS Villages d'Enfants

Réalisation: Various Films



Le film relativement court de SOS Villages d'Enfants sensibilise au problème des enfants mendiants au Sénégal. Le contraste entre le festival des statues vivantes et la dure réalité de l'enfant mendiant nous fait entrevoir de près un problème qui se situe loin de nous. La confrontation originale entre des situations opposées, les images et la musique imprégnées d'émotion en font un film qui touche une corde sensible et qui reste en mémoire.

Nominé: La faculté des sciences de la KU Leuven

Réalisation: Limel - production interne

Le film 'Science is everywhere' réalisé par l'Université Catholique de Leuven montre que les sciences, tel un fil rouge, sont entrelacées dans notre vie quotidienne. Ce film d'ambiance s'appuie sur un beau concept, un texte approprié et une voix off agréable. Une belle production pour célébrer le 200e anniversaire de la Faculté des Sciences.

Nominé: Fondation Saint-Luc

Réalisation: DoubleDouble

La vidéo de la Fondation Saint-Luc illustre avec justesse et sensibilité la relation entre des patients atteints du cancer et leurs médecins. La structure narrative est forte. Le film contient de belles images et des témoignages authentiques de patients et médecins. Les témoins sont mis en scène avec respect et l'accompagnement au piano convient parfaitement.

Corporate Image Public Sector



Le gagnant: EXPOO

Réalisation: De Saeger - Dejonghe | IMAGING / Heren Loebas

Le film 'Que se passe-t-il lorsqu'une table ordinaire devient particulière ?' est basé sur un concept original. L'idée des paroles écrites sur les assiettes est bien trouvée. Le concept, les belles couleurs, la musique appropriée et le script original forment un ensemble touchant et sensible. Par le biais d'images prenantes EXPOO est parvenu à faire passer des émotions sans verser dans le sentimentalisme. Ce beau film illustre que même sans paroles on peut parvenir à faire passer un message fort.

Nominé: La ville de Roulers

Réalisation: Clementine Productions / d-artagnan

Avec cette vidéo dynamique qui réchauffe le cœur la ville de Roulers se positionne comme une marque forte. L'énergie et l'enthousiasme qui émanent du film sont communicatifs, le message chanté reste en mémoire. La vidéo illustre 'l'esprit de groupe' de la population de Roulers, le dynamisme de la ville et la grande diversité de ses citoyens. Une idée simple et efficace !

Nominé: STIB-MIVB

Réalisation: Graphical and Audio-visual Production

Le film de la STIB parvient à sensibiliser les voyageurs à éviter des comportements à risque en empruntant les transports publics. La vidéo est basée sur un concept original: la combinaison d'un témoignage personnel, de dessins animés et de photos. La structure narrative est bien élaborée. Il s'agit d'une histoire authentique racontée avec des moyens simples et efficaces.

Training

Le gagnant: KBC

Réalisation: CAU - production interne



Le film 'En déséquilibre', réalisé par la KBC, attire l'attention du personnel sur les symptômes de la dépression en montrant des images reconnaissables et troublantes. Ce sujet sensible est bien rendu. La bande son appropriée et les images choisies illustrent avec justesse l'état mental d'un employé au bord de la dépression. Le film est simple, authentique et convaincant.

Nominé: Colas

Réalisation: Arizona Films

La vidéo de Colas qui présente un nouveau type de casque aux employés, est visuellement très élaborée. Les atouts du casque sont mis en valeur au moyen de procédés visuels innovants et attrayants. La combinaison astucieuse d'images réelles et d'éléments graphiques est réussie. L'animation graphique illustre parfaitement le caractère innovant du casque.

Nominé: Belgocontrol

Réalisation: 87seconds

La vidéo d'instruction de Belgocontrol donne un bon aperçu des procédures de sécurité en vigueur par le biais d'une animation simple. Le message est communiqué avec clarté grâce aux différents cas de figure bien illustrés, au rythme bien dosé et au bon scénario.

Motivation

Le gagnant: AZ Delta

Réalisation: Clementine Productions



L'hôpital universitaire Delta illustre avec adresse un sujet difficile et délicat. Le film attire l'attention sur l'importance de l'éthique et des petits gestes dans le cadre des soins administrés aux patients. Un scénario fort et une musique bien choisie en font un film interpellant. La vidéo est techniquement bien réalisée et met des gens 'ordinaires' en valeur.

Nominé: Maison de Repos et de Soins de Genk

Réalisation: Fledge.tv / Insilencio

Des résidents de la Maison de repos et de Soins de Genk et des membres de leurs familles racontent leurs vécus et témoignent de la nouvelle vision de l'institution. Les témoignages sont sincères et prenants, ils contribuent à l'authenticité de l'histoire. On 'sent' que les résidents ont trouvé leur chez soi et qu'ils sont heureux à la maison de repos.

Nominé: KBC

Réalisation: CAU - production interne

Le film d'animation humoristique du 'Tour de Flandre' tente de convaincre le personnel de la KBC de venir au moins une fois par semaine au travail à vélo. Le scénario est original et les traits de caractère évoqués sont cocasses. Les arguments pour ne pas venir à vélo au bureau sont bien amenés. Il s'agit d'une campagne qui attire l'attention et qui fait certainement parler d'elle en interne.

Employer Branding



Le gagnant: Agristo

Réalisation: Clementine Productions / d-artagnan

Avec la campagne 'Potatoholics' composée de plusieurs petits films ludiques, Agristo a élaboré un concept original pour recruter du personnel. L'humour attire l'attention et fait passer le message qui reste en mémoire. Les petits films sont originaux et bien réalisés. Le message clair et le bon scénario en font un excellent *call to action*.

Nominé: Decathlon

Réalisation: HR-Productions / Insilencio

Des images simples et percutantes rendent bien l'atmosphère qui règne chez Decathlon. Le film établit un lien entre l'expertise des employés et leurs passions durant leur temps libre, avec pour résultat : professionnalisme et enthousiasme sur le lieu de travail. Le montage est rafraîchissant, les transitions sont belles et bien amenées. Le message est crédible, créatif et techniquement bien illustré avec des images d'action appropriées. Le film atteint son objectif.

Nominé: KPMG

Réalisation: DoubleDouble

Par le biais d'images d'action artistiques combinées à un message fort, KPMG essaie d'attirer les jeunes diplômés. 'La passion' comme fil rouge est bien pensée. Le film est techniquement fort tant au niveau du rythme que des visuels. La synchronisation entre une musique appropriée et de belles images renforce le concept.



Grand Prix: Corporate Communication

FISA Salon des Vacances Bruxelles

Réalisation: Sokan

Un film bon enfant extrêmement drôle qui a pour objectif d'attirer du monde au salon des vacances. L'approche est brillante grâce à sa touche d'humour anglais - ou belge ? -, son côté poétique et l'originalité du concept. Les acteurs parviennent à créer toute une atmosphère avec trois fois rien. Un film qui sort des sentiers battus !

Grand Prix: Employee Communication

KBC

Réalisation: CAU - production interne

L'approche du film 'En déséquilibre' est originale. Nous regardons une tranche de vie avec les yeux d'un employé au bord de la dépression. L'excellente mise en scène, la succession rapide des images et les effets sonores adéquats rendent les symptômes d'un début de dépression reconnaissables. Le film est réaliste, troublant et percutant.



Special Award: Live Action

La ville de Roulers

Réalisation: Clementine Productions / d-artagnan

En réalisant le film dynamique “#VANRSL!”, la ville de Roulers se positionne comme une marque forte. La vidéo est bien réalisée et est empreinte d’un grand professionnalisme. C’est une belle performance d’avoir réussi à y faire participer tant de citoyens. Le film parvient ainsi à renforcer l’‘esprit de groupe’ et à montrer que Roulers est une ville agréable et pétillante pour tous.

Special Award: Animation/Live Action

Colas

Réalisation: Arizona Films

Le film ‘Wattway’ de Colas présente un revêtement routier innovant : une route solaire où les panneaux photovoltaïques sont intégrés à la chaussée. Le concept du film est inspirant et le produit est mis en scène avec une touche futuriste. Les prises de vue sont très belles et la synergie entre les images réelles et les images animées donne un excellent résultat.

Special Award: Animation

Comité international de la Croix-Rouge (CICR)

Réalisation: Cartoonbase

Par le biais d’un film d’animation extrêmement simple le Comité international de la Croix-Rouge explique son système de financement et la création d’une ‘obligation à impact humanitaire’. L’animation charme le spectateur par sa simplicité et sa cohérence. Elle est originale et élégante. Elle contient des astuces et maintient l’attention de bout en bout. Le CICR parvient ainsi à illustrer un concept abstrait avec clarté et efficacité.



Special Award: Multichannel

Unilin

Réalisation: d-artagnan

Unilin a élaboré une stratégie de communication cohérente pour la diffusion de son film 'De VéloVrienden Challenge'. L'entreprise a veillé à bien gérer la diffusion de la vidéo via différents canaux de communication. Le film a d'abord été diffusée en interne. La communication externe a pris ensuite le relais par le biais d'un communiqué de presse, du site internet, des réseaux sociaux, ... Unilin a également fait appel à des canaux de communication intermédiaires. En trois mois le film a généré plus de 102.000 vues sur YouTube.

Special Award: Script

La Province d'Anvers

Réalisation: Prophets & De Vloer

Ce film au tempo rapide réalisé par la Province d'Anvers, transmet avec ironie un message fort et original. Le ton de la voix off convient parfaitement au sujet. La structure narrative est surprenante, son approche est originale et comprend des effets inattendus. Grâce à tout cela le message prend un ton sympathique et passe très bien.

Special Award: Authenticity

La Maison de Repos et de Soins de Genk

Réalisation: Fledge.tv / Insilencio

Des résidents de la Maison de repos et de Soins de Genk et des membres de leurs familles témoignent de la nouvelle vision de l'institution. Les témoignages sont sincères et touchants, ils forment une histoire authentique. La satisfaction des résidents est motivante et donne envie de les rencontrer et de s'occuper d'eux.