



Video Experience Day

For Excellent
Corporate Videos

DOSSIER DE PARRAINAGE

Trends Z



1. Video Experience Day

AP Hogeschool Antwerpen et Trends Z organisent la 27^e édition du Video Experience Day **le mardi 9 juin 2026 à Kinepolis Bruxelles**. L'événement récompense chaque année les meilleurs vidéos corporate dans différentes catégories. Les films d'entreprise ainsi que les autres formes de communication audiovisuelle sont de plus en plus souvent utilisées pour diffuser des messages à différentes cibles. En organisant le Video Experience Day, nous désirons mettre en avant **la plus-value de la vidéo corporate** dans la communication à 360° des entreprises et des associations.

Le Video Experience Day offre aux entreprises nominées la possibilité de montrer leur vidéo au monde des affaires sur grand écran. Les visiteurs ont ainsi la possibilité de s'inspirer des vidéos d'entreprise d'autres organisations. Outre la remise des prix, nous organisons également des **séances d'inspiration** lors de l'événement, au cours desquelles des experts expliquent l'importance de l'utilisation de la vidéo d'entreprise. Enfin, cet événement offre de nombreuses possibilités de **réseautage**, pendant lesquelles les maisons de production, les agences de communication et le monde des affaires apprennent à mieux se connaître.

La semaine suivant la Cérémonie du Palmarès, le Video Experience Day sera diffusé sous la forme d'un reportage rétrospectif télévisé sur les chaînes de Trends Z. Comme toujours, l'événement peut compter sur la coopération de la FEB, de Kinepolis, de GRAVITY MEDIA et de Blue Moon, qui se sont associés à l'événement en tant que partenaires structurels. Le **jury** est composé d'un ensemble de spécialistes de la vidéo, de la communication et du marketing.

Le Video Experience Day est organisé par des **étudiants de dernière année en Communication** de l'AP Hogeschool Antwerpen, qui désirent prouver une fois de plus qu'ils sont capables de mettre sur pied un événement professionnel de grande envergure.

2. Les catégories

Les vidéos participantes peuvent être soumises dans une des 9 catégories thématiques et/ou dans une des trois catégories qui récompensent l'artisanat.

Catégories Thématiques

Catégorie 1: HR

La catégorie 'HR' s'adresse aux vidéos employées dans le contexte de la communication interne d'une entreprise et qui visent à informer, inspirer ou fédérer son personnel (sauf les vidéos d'instruction ou d'entraînement (catégorie 3), de sensibilisation (catégorie 9) ou dans le cadre d'un événement (catégorie 8)). Il peut s'agir p.e. des vidéos sur la culture d'une entreprise, sur une décision stratégique ou un changement de nom et des vidéos qui visent à renforcer la motivation et la cohésion des salariés et/ou à informer le personnel sur les perspectives de carrière.

Catégorie 2: Employer Branding & Recruitment

La catégorie 'Employer Branding & Recruitment' s'adresse aux vidéos qui encadrent la communication d'une entreprise sur le marché du travail. Il s'agit à la fois de vidéos de recrutement qui visent à recruter

des employés potentiels et de vidéos qui visent à présenter l'organisation en tant qu'employeur attrayant.

Catégorie 3: Informational & Explainer Video

La catégorie 'Informational & Explainer Video' récompense les vidéos qui expliquent des informations complexes de manière claire, structurée et visuellement percutante. Il peut s'agir p.e. de vidéos d'instruction qui enseignent des procédures, de vidéos de formation pour les nouveaux employés, de vidéos contenant des consignes de sécurité, d'une série de vidéos de formation, de vidéos faisant la démonstration d'un produit, de vidéos remplaçant les manuels, etc. L'accent et l'appréciation de ces vidéos portent sur la réussite du transfert de connaissances. Tant les vidéos à usage interne que les vidéos destinées à des groupes cibles externes sont éligibles dans cette catégorie.

Catégorie 4: Product/Service

La catégorie 'Product/Service' s'adresse aux vidéos qui présentent des produits industriels ou artisanaux tangibles ou qui illustrent les services proposés par une entreprise/association. Un ou plusieurs des aspects suivants peuvent être abordés:

- La vidéo décrit le processus de production, de la matière première au produit fini OU comment les services proposés sont organisés en coulisses.
- La vidéo clarifie un processus opérationnel complexe au non-initié. L'accent est mis sur le procédé de fabrication que le client ne voit généralement pas ou dont il ignore tout.

Catégorie 5: Corporate Image Profit

La catégorie 'Corporate Image Profit' s'adresse aux vidéos qui donnent une vue d'ensemble d'une entreprise du secteur "profit". Les différents aspects de l'entreprise et/ou son identité, sa mission, sa vision et ses valeurs y sont abordés. Les vidéos commanditées par des associations à but lucratif, par des entreprises dont les capitaux proviennent d'actionnaires privés ou par des sociétés qui sont cotées en bourse, font partie de cette catégorie. Attention: si l'objectif de la vidéo est de sensibiliser ou de mettre l'accent sur un produit ou sur un service spécifique, elle devra faire partie d'une autre catégorie.

Catégorie 6: Corporate Image Non-Profit

La catégorie 'Corporate Image Non-Profit' s'adresse aux vidéos qui donnent une vue d'ensemble d'une organisation du secteur "non-profit" (p.e. des gouvernements, des organisations sanitaires ou caritatives, des institutions éducatives, des ONG). Les différents aspects de l'organisation et/ou son identité, sa mission, sa vision et ses valeurs y sont abordés. Attention: si l'objectif de la vidéo est de sensibiliser ou de mettre l'accent sur un produit ou sur un service spécifique, elle devra faire partie d'une autre catégorie.

Catégorie 7: City- & Regional Marketing & Tourism

La catégorie 'City- & Regional Marketing & Tourism' est ouverte aux vidéos qui promeuvent les villes, les régions ou les organisations touristiques de manière stratégique, attrayante et authentique. Il s'agit de vidéos qui transmettent clairement l'identité, les atouts, la culture, la qualité de vie ou la valeur touristique d'un lieu. Les vidéos réalisées pour promouvoir des attractions touristiques entrent également dans cette catégorie. Il peut s'agir de lieux culturels, d'aventure, écologiques, mais aussi d'hébergements, de parcs à thème, etc.

Catégorie 8: Event

La catégorie 'Event' est ouverte aux vidéos événementielles qui capturent de manière professionnelle et percutante l'essence, l'expérience et l'objectif d'un événement en direct ou hybride. Les soumissions montrent comment la vidéo est utilisée pour rendre compte de manière claire et attrayante de l'ambiance, des moments clés, des messages et de la dynamique, qu'il s'agisse de conférences, d'événements d'entreprise, de salons, de lancements de produits, de cérémonies ou d'événements publics. Les teasers d'événements peuvent également être utilisés dans cette catégorie.

Catégorie 9: Sensibilisation

La catégorie 'Sensibilisation' récompense les vidéos de sensibilisation qui abordent un thème social, sociétal ou lié au changement de comportement de manière claire, empathique et percutante. Les candidatures démontrent comment la vidéo est utilisée pour accroître la prise de conscience, changer les attitudes ou inciter les groupes cibles à agir sur des sujets tels que la sécurité, la santé, l'inclusion, la durabilité, le bien-être ou la responsabilité sociale.

Catégories Artisanat

Catégorie 10: Animation

Ce trophée récompense les vidéos qui parviennent le mieux à présenter parfaitement une entreprise, un service ou un produit à l'aide d'images animées. Les soumissions qui utilisent principalement des techniques d'animation 2D, 3D, motion graphics ou autres et qui parviennent à traduire un message de marque, d'entreprise ou narratif de manière créative et cohérente peuvent tenter leur chance ici.

Catégorie 11: Live Action

Cette catégorie récompense les productions « live action » de haute qualité qui excellent dans les domaines de la réalisation, de la cinématographie et de l'exécution. Les soumissions font appel à de vrais acteurs et lieux et présentent une traduction professionnelle et authentique d'une histoire, d'un message de marque ou d'une communication d'entreprise en images. Cette catégorie est axée sur les vidéos d'entreprise qui mettent l'accent sur le savoir-faire artisanal et l'impact visuel.

Catégorie 12: AI-Integrated Video

Cette catégorie récompense les vidéos d'entreprise dans lesquelles l'IA est utilisée de manière innovante, réfléchie et intégrée afin de renforcer le récit, la qualité visuelle et/ou l'impact. Les soumissions démontrent une utilisation professionnelle et responsable des techniques d'IA qui va au-delà des outils de base standard disponibles dans la production vidéo et qui s'intègre parfaitement au contenu et à l'objectif de la production.



3. Le programme

Le Video Experience Day a lieu le **mardi 9 juin 2026** à **Kinepolis Bruxelles**. Vous trouverez le déroulement de l'événement ci-dessous.

- 14.30 - 15.00: Accueil Video Experience Day
- 15.00 - 17.00: Présentations des nominés devant le jury
- 17.00 - 17.30: Pause café
- 17.30 - 18.15: Sessions d'inspiration
- 18.15 - 19.30: Walking dinner
- 19.15 - 21.00: La Cérémonie du Palmarès
- 21.00 - 23.00: Douceurs et réseautage

Le Video Experience Day sur Trends Z:

- février: spot publicitaire 30" (recrutement vidéos)
- la semaine après 9 juin: reportage rétrospectif

4. Formules de sponsoring

Nous proposons trois formules de sponsoring:

- Silver Sponsor d'une valeur de € 250*

- Gold Sponsor d'une valeur de € 1.500*
- Diamond Sponsor d'une valeur de € 3.000*

* Les montant indiqués n'incluent pas la TVA.

1. Formule de sponsoring 'Silver' €250

- Mention du **logo** sur le **site web** du Video Experience Day
- Mention du **nom** dans le **livret du programme** imprimé du Video Experience Day

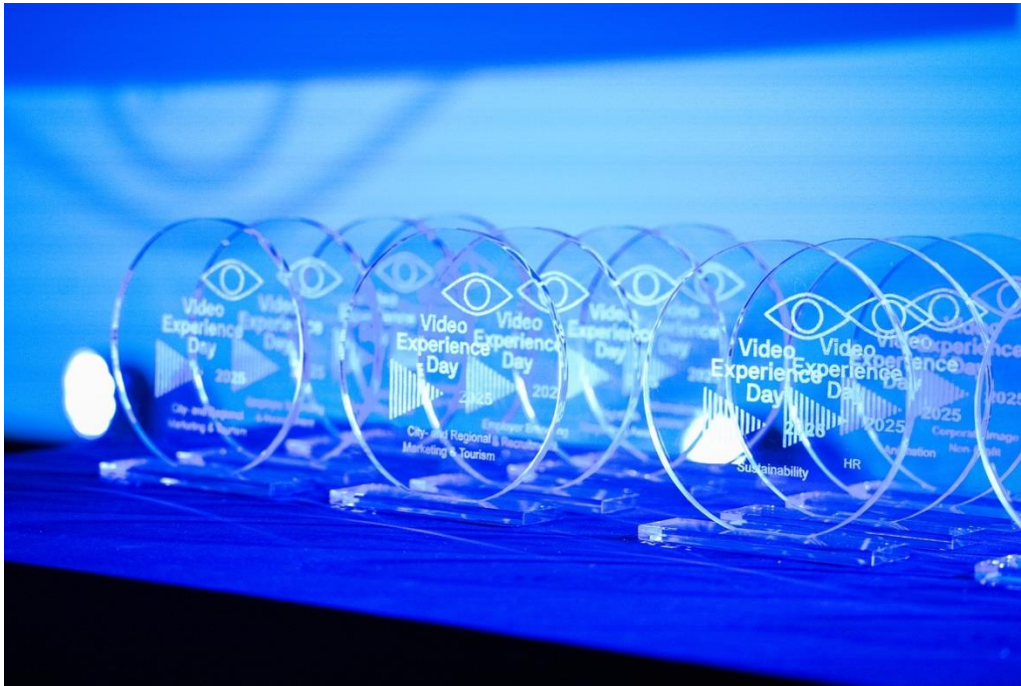
2. Formule de sponsoring 'Gold' €1.500

- Mention du **logo** sur le **site web** du Video Experience Day
- Mention du **logo** dans le **livret du programme** imprimé du Video Experience Day
- Mention du **logo** sur les pages **Facebook**, **Instagram** et **LinkedIn** du Video Experience Day
- Mention du **logo** au générique du **PowerPoint** diffusé dans la salle de cinéma du Video Experience Day et dans les salles de cinéma annexes où ont lieu les sessions de l'après-midi
- Mention du **logo** sur le **carton de table** déposé sur les tables hautes lors de la réception et du walking dinner
- Projection permanente du logo sur un **écran de projection** lors de la réception et du walking dinner
- Ajout d'articles promotionnels au **goodie bag** du Video Experience Day
- Placement d'un **beachflag** au Video Experience Day
- 3 **billets d'entrée** pour le Video Experience Day

3. Formule de sponsoring 'Diamond' €3.000

- Mention du **logo** sur le **site web** du Video Experience Day
- Mention du **logo** dans le **livret du programme** imprimé du Video Experience Day
- Mention du **logo** sur les pages **Facebook** et **LinkedIn** du Video Experience Day
- Mention du **logo** au générique du **PowerPoint** diffusé dans la salle de cinéma du Video Experience Day et dans les salles de cinéma annexes où ont lieu les sessions de l'après-midi
- Mention du **logo** sur le **carton de table** déposé sur les tables hautes lors de la réception et du walking dinner
- Projection permanente du logo sur un **écran de projection** lors de la réception et du walking dinner
- Ajout d'articles promotionnels au **goodie bag** du Video Experience Day
- Placement d'un **beachflag** au Video Experience Day
- Mention du **logo** dans tous les **courriers promotionnels** du Video Experience Day (au total 14 courriers vers 3 cibles différentes, dans le cadre du recrutement des vidéos (février-mars) et des visiteurs (mai-juin))
 - 6 courriels à une base de données avec des contacts chaleureux dans les secteurs de la vidéo, de la communication et du marketing: ca. 3500 destinataires
 - 4 courriels à une base de données avec d'autres contacts dans les secteurs de la vidéo, de la communication et du marketing: ca. 2200 destinataires
 - 4 courriels à une base de données avec des anciens étudiants en Communication et Journalisme de l'AP Hogeschool: ca. 3800 destinataires
- Mention du **logo** dans un **30" spot publicitaire** pour le Video Experience Day sur **Trends Z**, diffusé pendant **7 jours**

- Mention de l'entreprise/de l'association dans le **discours de remerciement** du présentateur lors de la Cérémonie du Palmarès
- 5 **billets d'entrée** pour le Video Experience Day



5. Pourquoi sponsoriser?

Le Video Experience Day est devenu au fil des années un événement reconnu dans le monde audiovisuel de la communication d'entreprise. La communication audiovisuelle est la communication de l'avenir. Elle occupe une place de plus en plus importante dans la communication à 360° des entreprises et des associations. De plus, les entreprises sont de plus en plus intéressées par le savoir-faire en matière de vidéos corporate.

L'événement est une occasion idéale pour développer la **notoriété de votre entreprise** ou de votre association. Le Video Experience Day est le lieu par excellence où les entreprises et le secteur audiovisuel se rencontrent. C'est une belle opportunité de réseautage. Par le biais de différentes formules de sponsoring nous vous proposons des outils adéquats vous permettant d'atteindre votre cible. Tant les PME que les grandes entreprises trouveront chez nous une formule efficace pour 'être vues'.

Le public du Video Experience Day est un public choisi: des professionnels de la communication, des sociétés de production et des experts en marketing provenant de Bruxelles, de Wallonie et de Flandre. **Un public B2B idéal.**

L'événement qui est co-organisé par AP Hogeschool Antwerpen et Trends Z, bénéficie du parrainage des partenaires structurels suivants: la FEB, Kinopolis, GRAVITY MEDIA et Blue Moon. Il s'agit de noms illustres de l'industrie belge, qui garantissent qualité et professionnalisme.

Lors des précédentes éditions du Video Experience Day, un large éventail de lauréats issus de divers secteurs ont remporté un prix. Un aperçu:

- 2025: **Fluvius** (HR), **Agentschap Maritieme Dienstverlening & Kust** (Employer Branding & Recruitment), **Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen** (Informational & Explainer Video), **Royal Swinkels Family Brewers** (Product/Service), **Darta** (Corporate Image Profit), **Woonzorggroep GVO** (Corporate Image Non-Profit), **Canon Belgium** (Sustainability), **SuperNova** (Event), **PASO / KU Leuven** (Sensibilisation), **Visit Mechelen** (City- & Regional Marketing & Tourism), **Umicore** (Animation)
- 2024: **AG Insurance** (HR), **Emmaüs** (Employer Branding & Recruitment), **UZ Gent** (Informational & Explainer Video), **Equal.brussels** (Product/Service), **Volvo Car Belgium** (Corporate Image Profit), **Opera Ballet Vlaanderen** (Corporate Image Non-Profit), **Foodmaker** (Sustainability), **VUB** ((Digital) Event), **Stop Darmkanker vzw** (Sensibilisation), **Stad Gent** (City- & Regional Marketing), **Broeders Van Liefde** (Animation)
- 2023: **VGD Accountants & Belastingconsulenten** (HR & Employer Branding), **Lantis** (Informational & Explainer Video), **SPF Sécurité Sociale** (Product/Service), **UCB** (Corporate Image Profit), **Arteveldehogeschool** (Corporate Image Non-Profit), **SNCB** (Sustainability), **PSA** ((Digital) Event), **Twerk** (Sensibilisation), **Mediamixer** (City- & Regional Marketing), **CHU Brugmann** (Animation)

6. Contact

N'hésitez pas à nous contacter pour toutes questions relatives à nos formules de sponsoring ou pour de plus amples informations sur le Video Experience Day.

Pour plus d'informations, consultez www.videoexperienceday.be.

Contact sponsoring :

E-mail: laure.vanderborgh@student.ap.be

Laure Van der Borgh

Sponsorverantwoordelijk & Projectleider

wervingscampagne bezoekers

+32 494 76 13 12



Online:

www.videoexperienceday.be



Facebook.com/Video Experience Day



Instagram: @Video_exp_day



LinkedIn: Video Experience Day

Coordonnées:

Video Experience Day

AP Hogeschool Antwerpen – Département Media, Design & IT

Ellermanstraat 33

2000 Anvers