**BRUSSELS AIRLINES IMAGO – PERSBERICHT**

**Brussel Airlines en TBWA creëren een klein stukje België in de lucht.**

**België is een land als geen ander. Met zijn eigen gewoontes, zijn eigen wisselvallige weer, zijn eigen specialiteiten en soms … zijn eigen onverklaarbare logica. We voelen er ons thuis, maar toch kijken Belgen elk jaar uit naar het moment waarop we even weg zijn van België. Weg van de regen, weg van het werk, weg van de omleidingen, … maar ook niet helemaal weg. Want bij Brussels Airlines nemen we alle goeie dingen van ons land gewoon mee … in ons klein stukje België in de lucht.**

Brussels Airlines is dé Belgische luchtvaartmaatschappij. En da’s niet gewoon omdat ze in België gevestigd zijn. Hun uniek Belgisch karakter vind je terug in wie ze zijn, in hoe ze vliegen en in alles wat ze doen. Hun samenwerkingen met andere Belgische iconen bijvoorbeeld, van vliegtuigen bekleed met de Smurfen of het Atomium tot de Tomorrowland partyflights. Maar ook aan boord zijn ze ‘typisch Belgisch’.

En dat gaat verder dan frietjes, bier en chocolade tijdens je vlucht. Brussels Airlines is zelf Belgisch, dus weten ze ook hoe Belgen willen vliegen. Belgische families wonen graag in elkaars buurt, dus zitten ze ook altijd samen op het vliegtuig. In een land waar het zo veel regent, koesteren we elke seconde van onze vakantie. Daarom begint die van zodra je aan boord bent met een vriendelijke ‘hallo’ in je eigen taal. En als we in België een steak bestellen is het niet de bedoeling dat je de frietjes apart moet bijbetalen. Daarom is handbagage altijd inbegrepen bij je vlucht.

Brussels Airlines is meer dan een luchtvaartmaatschappij. Het is een Belgisch icoon, waar Belgen thuis zijn boven welk land ze ook vliegen. Een gedachte die subliem wordt neergezet in de nieuwe campagne van Brussels Airlines: ‘Een klein stukje België in de lucht.’

Een campagne die opvalt in zijn eenvoud met een krachtige, iconische OOH als speerpunt: niks meer dan een vliegtuig van Brussels Airlines tussen de wolken, gezien vanop de grond, met een lijn die dezelfde verwondering uitstraalt als een kind dat het toestel opmerkt in de lucht. ‘Kijk! Een klein stukje België in de lucht.’

Ook de huisstijl van Brussels Airlines kreeg een update met een opvallend, modern en premium design door WeWantMore.

Dezelfde gedachte wordt nog versterkt in drie minimalistische maar zo herkenbare films gerealiseerd door Ralf Demesmaeker. Telkens een typische conversatie tussen Belgische passagiers en cabin crew op een vlucht waar ze zich door en door thuisvoelen.

Ook in social en OLV wordt dezelfde Belgitude in de verf gezet.

De campagne is te zien vanaf 13/01 in OOH, op tv, online, social en, als je even naar boven kijkt, tussen de wolken.

Misschien zeg jij dan ook: ‘Kijk! Een klein stukje België in de lucht.