**BONKA CIRCUS ET LA KDG PRÉSENTENT ENSEMBLE LA CAMPAGNE « HOE GROOT WIL JIJ WORDEN » OU EN FRANçAIS « TU VEUX DEVENIR UN GRAND COMMENT ? »**

La collaboration entre Bonka Circus et la KdG donne naissance à un nouveau projet de communication.

La KdG (Karel de Grote Hogeschool ou École supérieure Karel de Grote) commence la nouvelle année avec un nouveau projet de communication qui est totalement axé sur la mission et vision et sur les valeurs de la KdG. Les mots clés de cette vision et mission sont les mots 'impact social', 'épanouissement' et 'soutien'. Bonka Circus a traduit cette vision et mission dans une pensée directrice **aspirationnelle** pour toutes les parties prenantes : **« Tu veux devenir un grand comment ? »** Cette pensée directrice devient aussi la baseline de toute la communication future pour la KdG.

Par la question « Tu veux devenir un grand comment ? », toutes les personnes concernées par la KdG (jeunes devant choisir une orientation d’études, professeurs, collaborateurs, étudiants) sont invitées à cibler l’impact social et l’épanouissement que chacun veut. Chacun peut déterminer pour soi-même ce que signifie ‘devenir un grand’, aucun rêve ou ambition n’est supérieure ou inférieure. On peut devenir un grand comme garagiste, comme infirmier, comme entrepreneur, ou comme juriste. On peut devenir un grand - avec un diplôme en enseignement maternel - en passionnant les bambins en tant qu’institutrice de maternelle ou en démarrant une maison d’édition de livres pour enfants ou en veillant en tant qu’institutrice de maternelle à ce que chaque enfant, quelles que soient ses racines culturelles ou sociales, se sente bien dans votre classe. On peut donc être ‘un grand’ de différentes manières. Votre personnalité et la façon dont vous faites les choses sont déterminantes. Et c’est cela qui fait qu’on peut faire la différence dans n’importe quel emploi et apporter une contribution précieuse à la société. Chaque contribution est importante et précieuse. La KdG est à vos côtés avec ses formations et son approche pour vous aider dans la recherche de votre grandeur.

« Tu veux devenir un grand comment ? » n’est pas une campagne quelconque, mais un **projet de communication de grande envergure et de longue durée** en collaboration avec tous les directeurs de formation. Au total, 32 animations de communication ont été réalisées, qui rejoignent chacune une formation. La collaboration entre tous les directeurs de formation a permis à chaque animation de campagne de toucher la bonne corde sensible pour la formation correspondante. Pour chaque formation trois questions ont été posées, qui reflètent toutes une autre 'grande' facette d’un job, correspondant à cette formation. Ainsi, les étudiants sont inspirés et ils voient immédiatement les possibilités équivalentes de cette formation.

Le projet est déployé dans un premier temps via une campagne qui est visible depuis fin décembre et pendant 10 semaines dans toutes les salles de cinéma à Anvers et ses environs (2 spots). Sur les réseaux sociaux, les 32 formations seront mises en avant. En parallèle, une campagne interne d’affichage est prévue dans les différents campus de la KdG. La campagne a également été activée (du 3 au 6 janvier) par la projection des questions relatives à quelques-unes des formations sur des bâtiments importants et propices au contexte dans la région d’Anvers. Ainsi, les questions relatives à la formation en photographie ont été projetées sur le musée de la photo FOMU, et celles relatives à la gestion d’événements et de projets sur les bâtiments de Waagnatie. Des projections sont également prévues sur les bâtiments de SILO, SD Worx, la Cour d’appel, l’hôpital Sint Augustinus et TRIX.

***À propos de Bonka Circus :***

Pour l’agence de communication créative Bonka Circus il vaut mieux raconter les histoires fortes en associant un bon contenu à des campagnes (socialement) impactantes. Actuellement, Bonka Circus réalise la deuxième saison du programme de prestidigitation « Trix » (sur Ketnet), qui veut inciter les enfants à découvrir le monde de la magie. Bonka Circus a aussi lancé la première saison de « Sturmtroopers » (Ketnet), dans laquelle la fantaisie et la créativité des enfants sont les maîtres-mots. Pour la Vlaamse Stichting Verkeerskunde (la Fondation flamande en matière de sécurité routière), le projet « BELOOFD! » est en cours pour lequel 2 campagnes ont entre-temps été réalisées. En outre, Bonka Circus a mis en œuvre ces derniers mois la campagne « j'apprendsleflamandavecvincent » pour Actiris et la campagne pour la Fête des mères pour Telenet Play Sports, dans laquelle Eden Hazard, Stoffel Vandoorne et d’autres sportifs de haut niveau remercient leurs plus fervents supporters pour la Fête des mères. Bonka Circus élabore aussi de nouveaux projets pour le Musée de l’Afrique à Tervueren, DIVA, RSC Anderlecht et Sensoa.

***Crédits :***

Client : KdG

Personnes de contact client : Veerle Hendrickx, Geertrui Robbrecht, Maarten Billiet

Strategic Director : Peter Verbiest

Creative Director : Vincent Jansen

Project Managers : Lawrence Morre, Kristof Debacker

Équipe création : Simon Willems (AD), Jesse Vanophalvens (Copy), Alexander Kaan, Matthijs Scholten, Heleen Miermans, Femke Merens

Médias offline : Coconuts – Valerie Sanctorum

Médias online : So Buzzy – Kel Wouters

Production vidéo : Ian Segal

Animation : Bart Tauwenberg

Maquillage : Lieve Timmermans

Étudiants KdG : Mathias Andriessen, Roxane Wellens, Nebahat Kalmis, Nicolas van de Vorst,