

Het Laatste Nieuws en TBWA brengen Het Ritme Van Vlaanderen in kaart

De ene bekijkt dit persbericht amper. De andere denkt terwijl hij er diagonaal over gaat “hmmmm, interessant”. En ja, een enkeling leest het zelfs tot de laatste letter. Zo heeft iedereen zijn eigen ritme.

Dat ritme is het uitgangspunt van Het Laatste Nieuws om zijn diverse abonnementen te verkopen: enkel digitaal voor wie altijd snel het voornaamste nieuws wil meepikken, digitaal in de drukke week en op papier in het weekend voor wie ook af en toe wil temporiseren en alles digitaal én op papier voor wie alles wil meepikken en daar ook ruim zijn tijd voor neemt.

Om na te gaan welk abonnement het best bij wie past, ging Het Laatste Nieuws op zoek naar **Het Ritme Van Vlaanderen**. In een poll vroegen we hoe snel of traag of iets daar tussenin de Vlaming ontwaakt, doucht, eet, pendelt, winkelt, leest, vrijt, spreekt, enzovoort.

De resultaten leverden mooie taartgrafieken op die Het Laatste Nieuws en TBWA uitspeelden in hun offline campagne. Daarnaast is er online ook nog te zien hoe we de man en vrouw in de straat bevraagd hebben. Of toch tenminste geprobeerd.

Ontdek Het Ritme Van Vlaanderen snel, of op je gemak... of iets daar tussenin... nog tot half november op de vermelde kanalen en uiteraard in Het Laatste Nieuws.

CREDITS:

Client: Het Laatste Nieuws

Contact: Annelies Degens

Agency: TBWA\BRUSSELS

Strategic Director: Kristof Janssens

Creative Director: Steven Janssens

Copywriter: Stefan Dias

Art Director: Stijn Klaver

Account Director: Jasper Govaerts

Account Manager: Virginie Cuypers

Production Company: MAKE

Producers: Lieselot Ral, Veerle Van Melkebeke

Sound Engineer: Jan Pollet

Design: Olivia Maisin

Art Buyer: Elly Laureys

Mac Artist: Danny Jacquemin, Emilie Boudart