

Het regent onderscheidingen voor Emakina

Brussel, 12/11/2009 – Het Belgische bureau Emakina heeft op de jongste vier awarduitreikingen maar liefst negen (!) onderscheidingen gekregen van professionals uit de reclame- en de IT-sector.

Op 10 november werd het interactieve bureau Emakina beloond tijdens de **Usability Awards** (www.usability-awards.be) met de eerste prijs in de categorie 'meest gebruiksvriendelijke website van België' voor de website van Brussels Airlines (www.brusselsairlines.com). Deze categorie bekroont een Belgische website die het hoogste scoort in user experience (navigatie, inhoud, vorm, toegankelijkheid, etc.).

Brice Le Blévennec, Chief Visionary Officer bij Emakina: "Deze prijs is een verdiende beloning voor ons competentiecentrum Emakina/Think dat de grootste deskundigen op het gebied van ergonomie, usability en informatiestructurering verzamelt."

De Amerikaanse jury van de **Interactive Media Awards** (www.interactivemediaawards.com) besliste om Emakina te belonen met de prestigieuze 'Outstanding Achievement Award' in de categorie 'Banking' voor de virale campagne 'ING Lion Deposit Account'. Deze campagne opgebouwd rond de 'LiveSite'-technologie creëerde een enorm buzz op het internet: jongeren konden hun eigen website maken met enkel en alleen een webcam. Deze campagne is te bekijken via <http://ingliondeposit.emakina.com/campaignsite.htm>.

"Op deze award zijn we buitengewoon trots: een realisatie van Emakina/aprilFIRST, onze creatieve hotshop, die een internationale prijs wint... Ongelooflijk!", benadrukt Brice Le Blévennec.

Ook tijdens de **WebAwards** (www.webaward.org) die wereldwijd de beste websites bekronen, viel Emakina verscheidene keren in de prijzen:

- 'Outstanding Website' in de categorie Web Development voor de site Nescafé (www.nescafe.be). Op deze innoverende website ontwikkeld voor Nescafé kunnen bezoekers hun eigen koffiekop ontwerpen en nog zoveel meer.
- 'Health Care Standard of Excellence' en 'Pharmaceuticals Standard of Excellence' voor de campagne 'Quitters Arcade' voor Pfizer Europe (www.quittersarcade.com). Deze campagne helpt rokers van hun tabakverslaving af via drie arcadegames die een hommage zijn aan de klassiekers uit de jaren 80.
- 'Food Industry Standard of Excellence' voor de site van Pierre Marcolini (www.marcolini.be), een website die net zoals een juwelenkistje de verschillende kwaliteiten van Marcolini-chocolade in de verf zet: van de ingrediënten tot de afgewerkte producten.

Emakina kreeg ook drie Gold Awards tijdens de **W3 Awards** (www.w3award.com). De jury van de International Academy of the Visual Arts (www.iavisarts.org) was enthousiast over het werk van Emakina en bekroonde het bureau met de volgende prijzen:

- Gold Award in de categorie 'Games and Gaming Related' voor de campagne 'Quitters Arcade' voor Pfizer Europe.
- Gold Award in de categorie 'Health' voor de campagne 'Quitters Arcade' voor Pfizer Europe.

- Gold Award in de categorie 'Banking' voor de al talloze maken bekroonde campagne 'I Need To Go' van ING (www.i-needtogo.com).

De Interactive Media Awards, WebAwards et W3 Awards worden elk jaar in de Verenigde Staten uitgereikt en bekronen de beste creatieve internetcampagnes op wereldniveau.

Meer informatie

Laurent Jadot
PR Manager Emakina
Tel.: 02/400.40.21
Gsm: 0475/98.43.87
E-mail: lja@emakina.com
www.emakina.com

Over Emakina

Emakina is een Europees netwerk van interactieve bureaus die hun klanten helpen met de integratie van het internet in het geheel van hun activiteiten. Emakina is samengesteld uit de agentschappen Emakina Belgium (Brussel), Emakina.EU (Brussel), Design is Dead (Antwerpen), Emakina.NL (Rotterdam), groupeReflect (Parijs en Limoges) en The Reference (Gent). De groep Emakina heeft een waaier van diensten uitgebouwd rond zijn vier kernactiviteiten: adviesverlening, interactieve marketing, informatieve websites en transactionele e-commerce websites. Emakina is het grootste interactieve bureau in België. Emakina Group staat sinds 7 juli 2006 genoteerd op Alternext van Euronext Brussel (mnemo: ALEMK).