



ANOTHER GREAT CAMPAIGN FROM PUBLICIS GROUPE

NL (version FR suit ci-dessous):

LU en Publicis Groupe brengen families samen rond de koekjesdoos

Zet tijdens een familiemoment een koekjesdoos op tafel, en iedereen probeert – de één al wat discreter dan de andere – zo snel mogelijk zijn favoriete koekje uit de doos te bemachtigen.

Met de slogan 'Iedereen heeft een favoriet koekje, LU heeft ze allemaal', brengen LU en Publicis Groupe de herkenbare magie van zulke familiemomenten tot leven in een nieuwe campagne. In een reeks 15-secondenfilmpjes plukt telkens een ander familielid zijn favoriete koekje uit de doos. En dat levert grappige gelijkenissen op. Zo neemt oma bijvoorbeeld een Petit Beurre uit de doos, een tijdloze klassieker, net zoals zij. Ieder heeft z'n favoriete koekje, LU heeft ze allemaal.

Smaken verschillen, zowel binnen families als tussen België en Nederland. Daarom krijgt elk land zijn eigen favoriete koekjes te zien, zowel in de filmpjes als in de doos. De favoriete koekjes van de Belgen? PiM's, Cha-Cha, Cent Wafers, Petit Beurre en Petit Moelleux. Nederlanders geven dan weer eerder de voorkeur aan Bastogne, Time Out, Scholiertje en PiM's.

Wie bij een volgend familiemoment graag een echte blikvanger op tafel zet, moet zeker deelnemen aan de wedstrijd. Je kan immers een 'It's famiLU time!'-koekjesdoos winnen met je eigen familienaam erop, en een jaar gratis koekjes erbovenop.

Dat zulke familiemomenten warm en herkenbaar zijn, bewijzen ook de Planckaerts in Vlaanderen, en de Frogers in Nederland. Via hun social mediakanalen geven deze twee beroemde families de campagne een persoonlijke toets. 'It's famiLU time' is verder ook te zien via online video, display banners en in-store materiaal.

- EINDE PERSBERICHT -

- Assets via [deze link](#)
- [YouTube](#)link
- Links naar content de Planckaerts: [Eddy Planckaert](#), [Stephanie Planckaert](#), [Junior Planckaert](#), [Francesco Planckaert](#)

FR :

LU et Publicis Groupe réunissent les familles autour d'une boîte à biscuits

Posez une boîte à biscuits sur la table lors d'un moment en famille et vous verrez : chacun y plongera très vite la main pour y prendre, avec plus ou moins de discrétion, son biscuit préféré.

Dans une nouvelle campagne basée sur le claim, "On a chacun son biscuit préféré, LU les a tous", LU et Publicis Groupe nous font revivre ces petits moments en famille si spéciaux et tellement reconnaissables. Dans une série de vidéos de 15 secondes, nous voyons à chaque fois un membre de la famille choisir son biscuit préféré dans une boîte à biscuits, ce qui donne lieu à d'amusantes petites scènes. Mamy, par exemple, opte pour un Petit Beurre, un classique indémodable. Comme elle ! Hé oui, on a chacun a son biscuit préféré, LU les a tous.

Et si les goûts diffèrent au sein des familles, ils diffèrent aussi entre la Belgique et les Pays-Bas. C'est pourquoi chaque pays a ses biscuits préférés et donc ses propres films. Les biscuits préférés des Belges ? PiM's, Cha-Cha, Cent Wafers, Petit Beurre et Petit Moelleux. Les Néerlandais préfèrent pour leur part les Bastogne, Time Out, Petit Ecolier et PiM's.

Vous voulez faire sensation lors de votre prochaine fête de famille ? Participez au concours LU. On peut en effet gagner une boîte à biscuits "It's famiLU time !" personnalisée au nom de sa famille ainsi qu'un an de biscuits gratuits.

La campagne "It's famiLU time" est visible en vidéos on line, banners, et matériel POS.

- FIN DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE -

Matériel via [ce lien](#)
Lien [YouTube](#)

Credits:

Client: Pierre-Louis Bertrand, Nick Van Gool, Amber de Vries, Sofie Couck, Rhandy Biemans, Danae Hunneman, Anne Lynke Kikstra

Client Lead: Ellen Sonck

Account Director: Allen Marchant

Account Manager: Gabrielle Marsan

Chief Strategy Officer: Berten Peremans

Brand & Campaign Strategist: Nicolas Vergauwen

Marketing Intelligence Strategist: Dieter Vits

Creative Director: Werner Van Reck

Creatives/concept providers: Jeroen Van Laethem, Louise Vankueken, Rafael Lopes, Nicolas Biscaras

Copywriter NL: Wim Corremans

Copywriter FR: Louise Vankueken, Philippe Dorval

Head of PR & Influence: Astrid Mattelaer

Head of Content: Joyce Poelmans

Project Manager: Marylou Lalu

Head of Art: Guilherme Nunes

Design & DTP Lead: Romaine Dhainaut

Creative Designer: Natacha De Nauw

Connecting Officer : Julie Maris

DTPer: Thierry Staes & François Baudon

Print Producer: Marleen Hemeleers

Moving Images Producer: Daan Feytongs

Post-production Lead: Gaëlle Hasaert

Video Editor: Elke D'Haese

Sound Production Agency: Sonhous

Production house: Who Killed Joe (external production)

Director: Sat Gevorkian (external production)

Producer: David Vermander (external production)