

COVID-19 LIVING IN THE NEW NORMAL

WEEK 3

01/04/19

Brussels

CONTENT

INTRODUCTION

HAVAS
TALKS

EXPERTS
OPINIONS

TIMELINE
COVID-19 in BE

A STATUS
ON
MEDIA

A STATUS
ON
BRANDS

TV

DIGITAL

TELCO

ENERGY

FINANCE

BRAND
OPTIMISM

FIRE
STARTERS

WORD OF INTRODUCTION

“



Le Covid-19 nous ramène aux fondamentaux !

Si l'effet du confinement n'est, et ne sera sans doute pas, mesuré au travers des moyens classiques de quantification, il est néanmoins aujourd'hui évident que le volume de consommation de contenu est en croissance.

Bien sûr, tous les canaux et tous les contenus ne sont pas égaux face à la crise. En effet, le out-of home, le cinéma et la presse papier sont pénalisés par la baisse de nos déplacements et la fermeture de certains établissements. Toutefois les média audio-visuels et les marques news digitales qui offrent une analyse profonde et critique de la situation sortent gagnants de cette épreuve. A ce titre, tous les média locaux progressent. Et les besoins de divertissements ne sont pas en reste.

En parallèle, la pression publicitaire connaît une décroissance. Beaucoup de marques ont pour l'instant décidé de se taire. En effet, communiquer demande une attention très particulière en termes de contenu(s) et de contexte.

Pénalisée par sa forme de distribution dans les points de ventes physiques, la presse (papier) souffre du confinement. Il est cependant important de se rappeler que le consommateur a besoin pendant ces moments inhabituels, où le doute peut se développer, de repères et de communications qui fassent sens.

L'étude Havas Meaningful Brands le mentionne clairement: 51% des consommateurs belges pensent que les marques sont plus pertinentes que les gouvernements pour les mener à un avenir meilleur. A ce titre, la presse quotidienne fut la première à accueillir des communications pleines de bienveillance et d'encouragements de la part de marques fortes.

La publicité est un invité (payant) des média. Et dans ces temps très particuliers, l'équation simplifiée « IMPACT = FRÉQUENCE X PUISSANCE » est à sérieusement nuancer par des facteurs fondamentaux : la légitimité du canal choisi et le sens qu'il apporte à la communication publicitaire.

Pour conclure, en cette veille du Tour des Flandres (De Ronde) qui n'aura pas lieu, on peut aisément comparer la chance du cycliste de gagner une « Classique » en avril à celle d'une marque d'émerger pendant la crise. « Si tu veux gagner au printemps, travaille ton fond sans relâche en hiver ! » Ou appliqué aux marques : construis sur le long terme avec une consistance de tous les instants.

Hugues Rey, Chief Executive Officer – Havas Media Belgium

”

HAVAS TALKS

“



- Collateral Beauty -

*Het zijn ongewone tijden.
Tijden die de mensheid in verwarring brengen.
Tijden die mensen vervullen met angst en onzekerheid, die
onrust creëren en soms diep verdrietig maken.
Tijden die het geloof in de toekomst laten wankelen en het
heden doofstom dreigen te maken. We trachten te
controleren wat niet te controleren valt en uit onmacht slaan
we alles gade en doen we maar wat ons te doen staat.*

*Gelukkig is de mens een sociaal dier. Zijn emotionele spanwijdte maakt hem
veerkrachtig. We hebben elkaar nodig hebben en we streven ernaar om elkaar beter te
maken. Het is hartverwarmend te zien hoe mensen elkaar inspireren, welke initiatieven
er spontaan ontstaan, hoe organisaties worden gesteund, hoe kennissenkringen worden
uitgebreid en banden worden gesmeed.*

Dat leidt tot schoonheid die bloeit, in elke uithoek van onze maatschappij.

*Die maatschappij, dat zijn de mensen met wie wij alle dagen praten. Niet in te delen in
doelgroepen, leeftijdscategorieën of generaties waar een letter van het alfabet achter
staat. Maar gewoon mensen die het verdienen enthousiast te worden aangemoedigd om
goed en beter te doen. Mensen die fier zijn en boven zichzelf uitstijgen.*

Dat is een rol die merken kunnen en moeten nemen.

Ik ben ervan overtuigd, we hebben nog een prachtige job te doen.

Werner Van Reck, Executive Creative Director – Havas Brussels

”

“



*Cela fait maintenant plusieurs années que nous créons des
communications basées sur l'étude Havas Meaningful
Brands®. Pour rappel, le chiffre clef de cette étude nous
indique que 85% des marques pourraient disparaître du jour
au lendemain sans créer le moindre émoi chez le
consommateur. La crise du Covid-19 marque peut-être un
tournant car cette crise sanitaire est aussi une crise où les
marques en manque de sens n'ont pas leur place.
Les marques qui vont particulièrement réussir à tirer leur
épingle du jeu sont celles qui ont su créer préalablement un
échange sincère et authentique avec leur public.*

*Et les autres ? Il n'est jamais trop tard pour changer. Au contraire. Prenez LVMH ou plus
proche de chez nous : la Raffinerie Tirlemontoise qui se met à produire du gel
désinfectant. Ou encore les Maisons Natan et Degand qui ont mis les costumes au
placard pour produire des masques FFP2 dans leur atelier.*

*Ce n'est pas parce qu'une marque ne vend pas de masque ou de gel hydroalcoolique
qu'elle ne doit pas communiquer. Il y a tant de choses à dire, à faire, à apporter aux gens
pour les aider à passer cette période extrêmement difficile. Canal+ et/ou Pornhub en
France l'ont bien compris. Que ce soit au travers d'un message de soutien, un message
prodiguant des conseils ou une annonce pour des services adaptés... avec de
l'engagement, de la sincérité et du discernement, c'est maintenant que les marques
doivent prouver qu'elles ont du sens dans la vie des Belges...*

Hugo Battistel, Creative Director – Havas Brussels

”

EXPERTS OPINIONS



“ During crisis moments, the first advice is not to communicate, but to listen. We continued to communicate, but only in ‘light’ mode, on our social engagement and our efforts to support those on the front lines right now... ”

José Fernandez, Chief Customer Experience Officer (D'leteren) – MM



“ Clearly, there will be a before and after corona. Maybe we will communicate with less light-heartedness, with more seriousness and social responsibility, with respect for everything people have lived through. We have to continue to ‘live life at the fullest’, without doubt, but wanting to express our will to evolve. ”

Nathalie Erdmanis, Director Strategic Marketing, Branding, Press/Reputation & Data Analytics (AG Insurance) - MM



“ Closing physical stores has accelerated the digitalization. The words ‘hurray’ and ‘e-commerce’ have never been used this often in a single sentence as during the last couple of weeks. That’s logical, e-commerce is ‘24/7’ and most things can be purchased online. ”

Greet Dekocker, Managing Director (SafeShops.be) – PUB



“ Logically, we have changed our investments based on specific product categories and revised our search marketing. It’s an ongoing effort that I could capture in two words: refocus and reschedule. We will stay agile in our media planning, but also with our teams. There will be no cuts or overinvestments. Our brands will stay visible, that’s the key takeaway. ”

Sophie Souied, General Manager Belgium (Unilever) - MM



“ I really want to believe that the quarantine will force us to question everything again and that we will find new solutions. As people, professionals, marketers and brands only now do we start realizing how we can take up responsibility for our society. This will lead to new ways of working, collaborating and creating. ”

Anne-Clotilde Picot, Business Development Manager (Ikea Belgium) – PUB



“ The ‘sales houses’ DPG Media, VAR, IP Belgium and RMB support Belgian retailers. Also print media (and more often than not: omnichannel) and their sales houses put in an effort and take their responsibility with (deserved) credit. Even when there’s a threat of temporary (technical) unemployment. ”

Wim De Mont, Head of Content (Pub) – PUB

Click on the pictures to access the articles.

TIMELINE - REMINDER

WEEK 3

01/04/19

Brussels



COVID-19 TIMELINE IN BELGIUM

Coronavirus : voici les 10 mesures prises par le fédéral pour aider les entreprises



Coronavirus : le gouverneur de Namur interdit les grands événements et les voyages scolaires



Coronavirus: la Belgique en confinement à partir de ce mercredi midi, avec quelles mesures?



Friday, March 6th
10 federal actions to help businesses

Phase 2
Monday, March 9th

Coronavirus : la Belgique entre en "phase 2 renforcée"



Tuesday, March 10th
Prohibited groupings

Regional measures
Wednesday, March 11th

Bruxelles, Wallonie, Flandre : voici les mesures prises pour endiguer l'épidémie de coronavirus



Thursday, March 12th
Phase 2 re-inforced in BE
Belgian government orders the closure of schools, horeca (except for delivery) & the cancellation of public gatherings

Belgium hands powers to caretaker government
Coronavirus pandemic sparks new debate on the ongoing federal government formation

Monday, March 16th

Le Palais charge Wilmès de former un gouvernement avec comme seule mission la lutte contre le coronavirus



Tuesday, March 17th
Prime Minister imposes stricter social distancing through total lockdown measures from noon the following day

Prime Minister announces the extension of the measures concerning social distancing for 2 weeks

Friday, March 27th

Pas de renforcement mais une prolongation du confinement en Belgique



A STATUS ON MEDIA

WEEK 3

01/04/19

Brussels



TELEVISION

Young and old gather together to watch TV... All day long.

Time spent on TV has drastically increased. There's an obvious uplift during day time... and prime time.

Reality TV (*Blind getrouwd, Mariés au premier regard*) and social TV (*Down the road, Face au juge, Belges à domicile*) rule next to news and entertainment (*De Mol*).

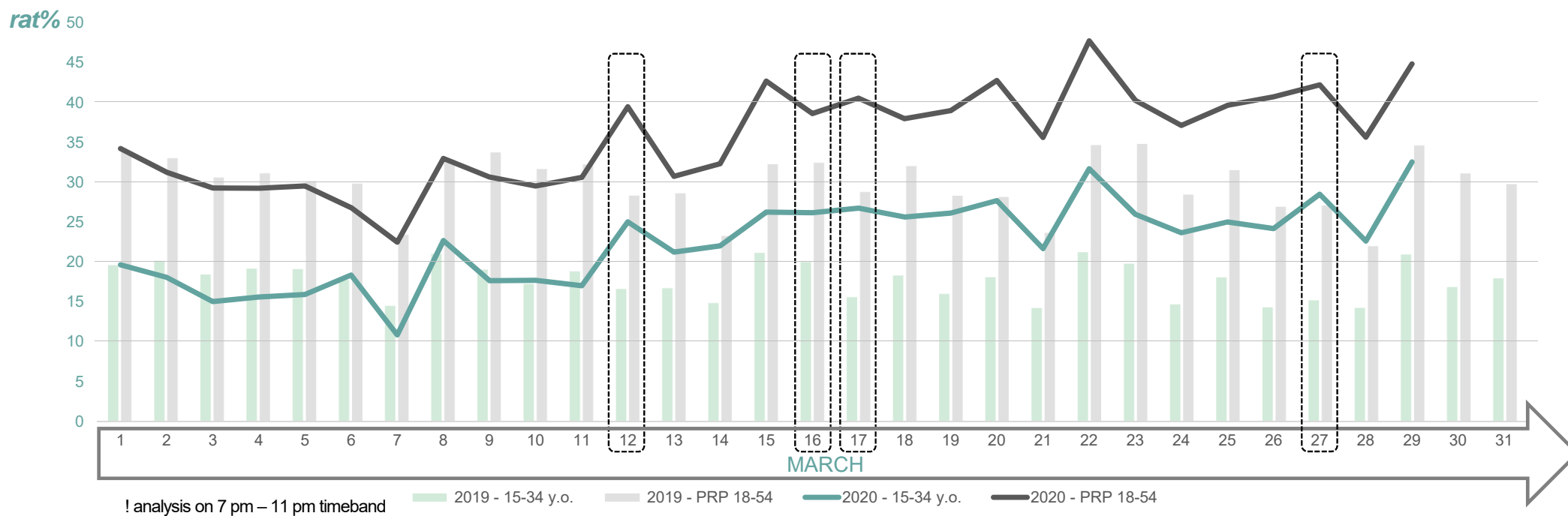


YOUNG & OLD(ER) GATHER TOGETHER TO WATCH TV

Evening news are the daily appointment... but entertainment boosts audiences



Sunday is the weekly appointment for the Flemish population with Entertainment & Reality TV: De Mol (VIER), Blind getrouwd (VTM) and the news (mostly on EEN) are competing against each other in the TOP 3 most viewed programs



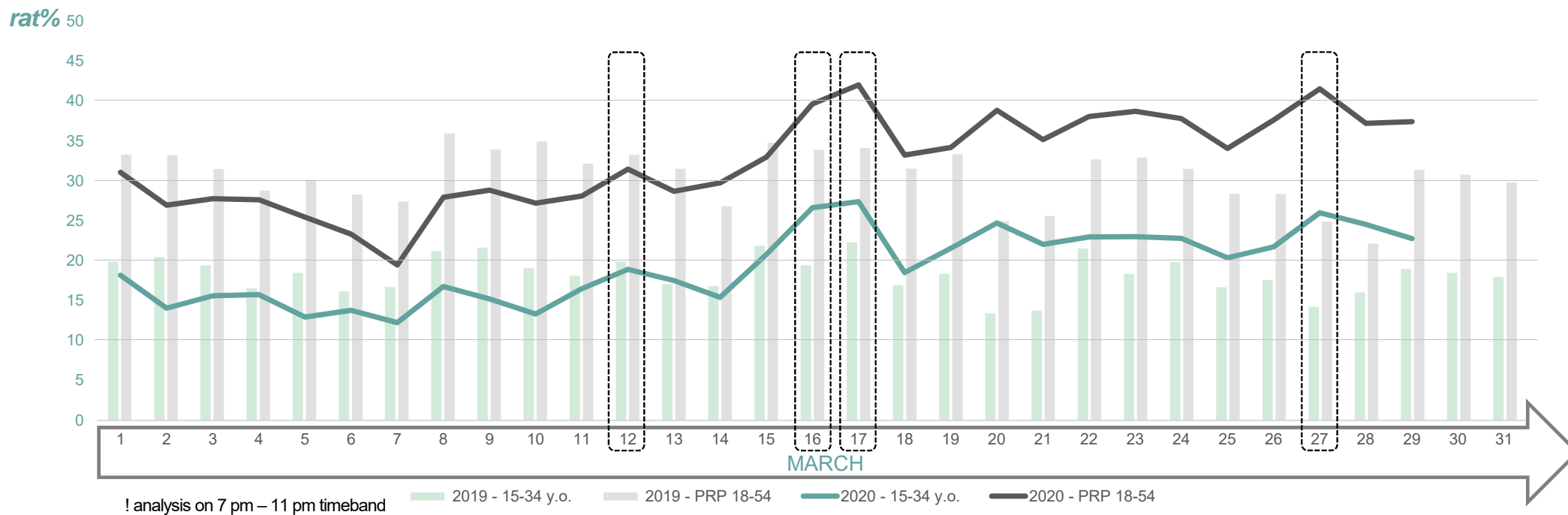


YOUNG & OLD(ER) GATHER TOGETHER TO WATCH TV

Evening news is the daily appointment... but entertainment boosts audiences



Friday is the weekly appointment with Koh-Lanta on TF1. This entertainment program achieved n°1 in the TOP 3 program on Friday March 27th and n°2 on Friday March 20th. The battle against news is difficult.

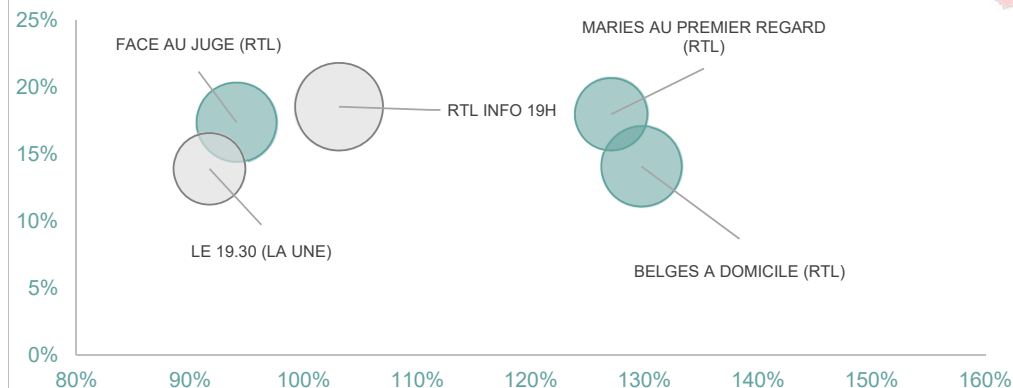
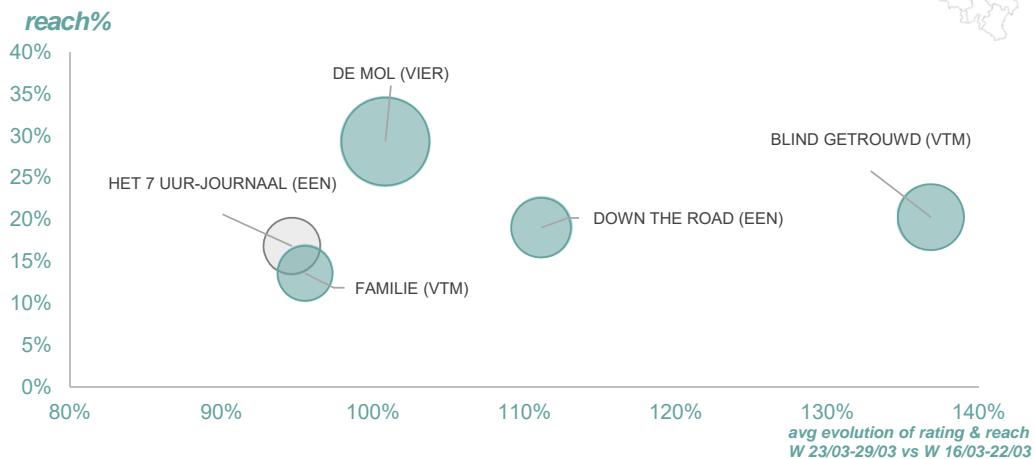




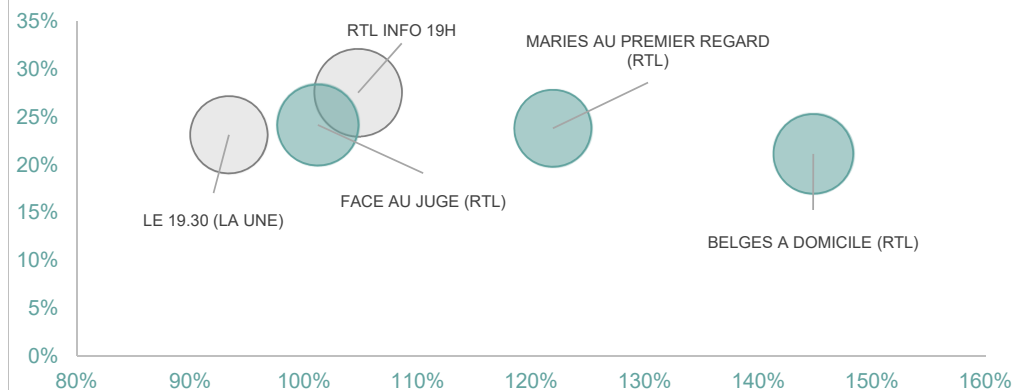
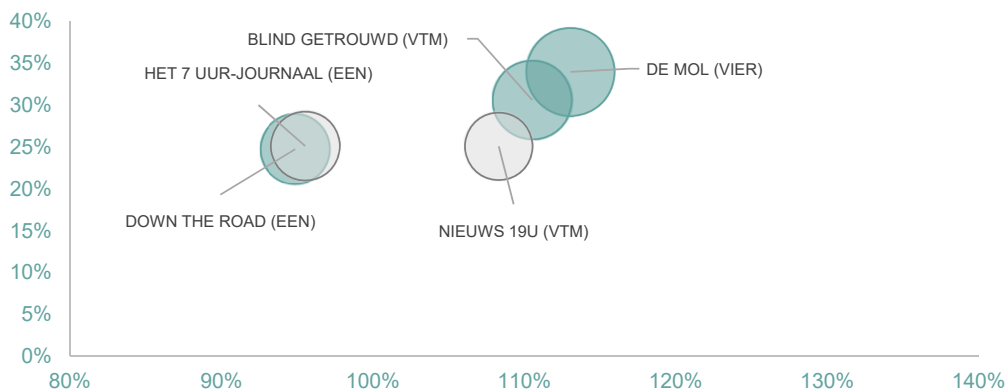
REALITY & SOCIAL TV RULE NEXT TO NEWS

Belgians are into reality TV and programs where people can shift their boundaries

**TARGET
15-34**



**TARGET
PRP 18-54**



Source: Havas Media BE elaboration of Nielsen / GfK data – Top 5 programs. From Monday to Sunday for evolution (i). Bubble size = rating



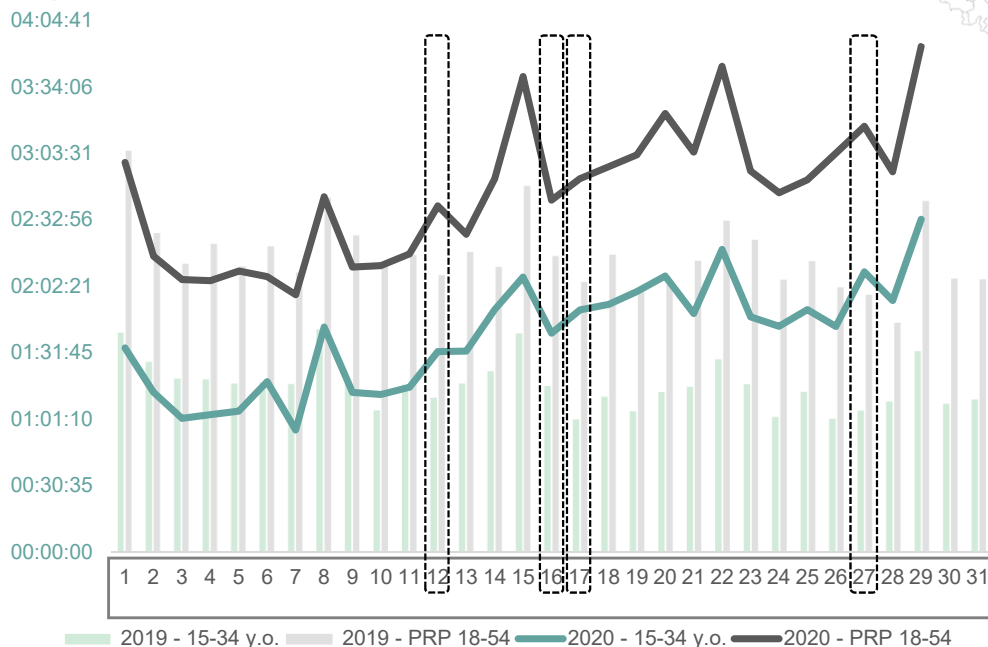
TV VIEWING ON THE RISE!

Gen Y & Gen Z are not exceptions: they watch TV longer & more often, too

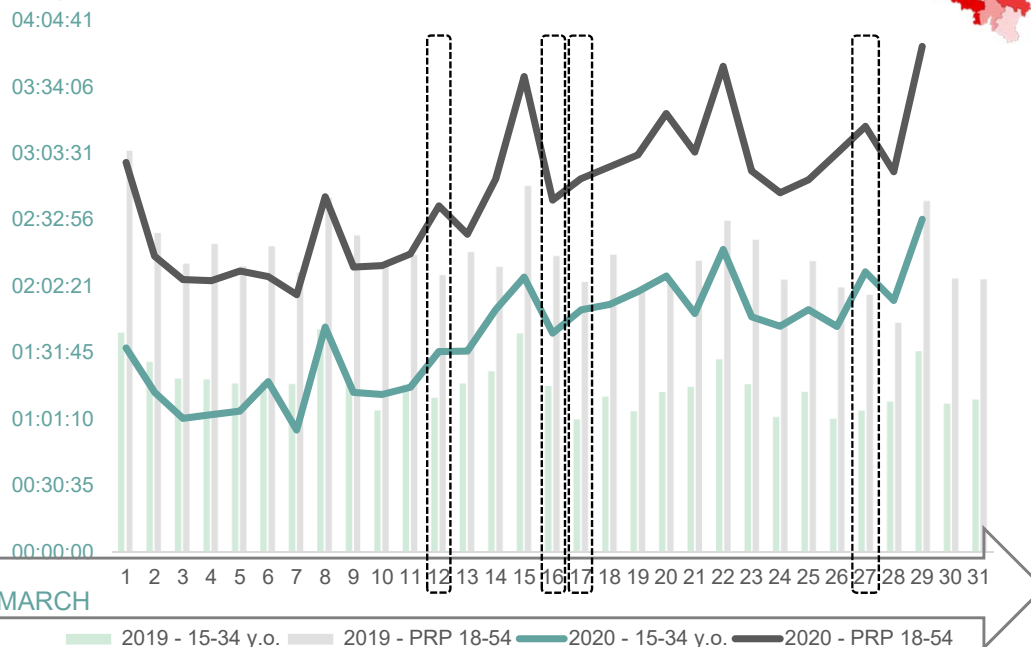


2 am-2 am

avg time spent (hours)



avg time spent (hours)



MARCH

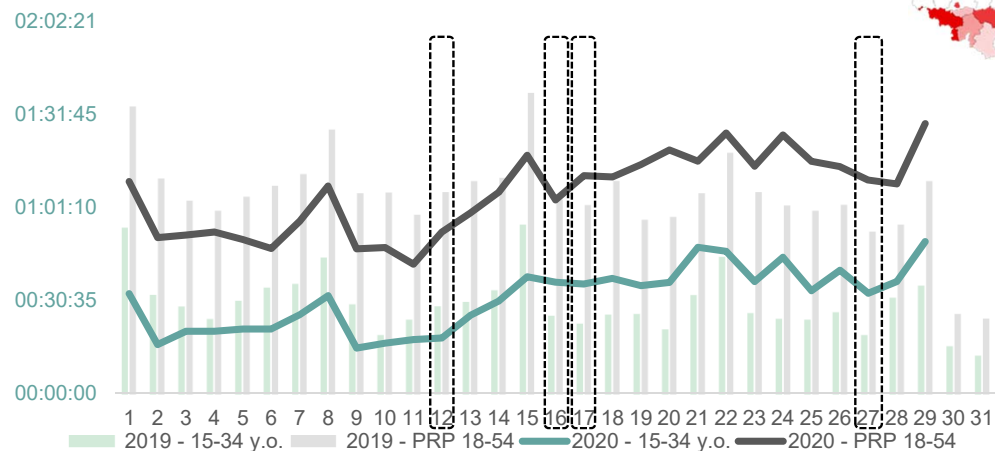
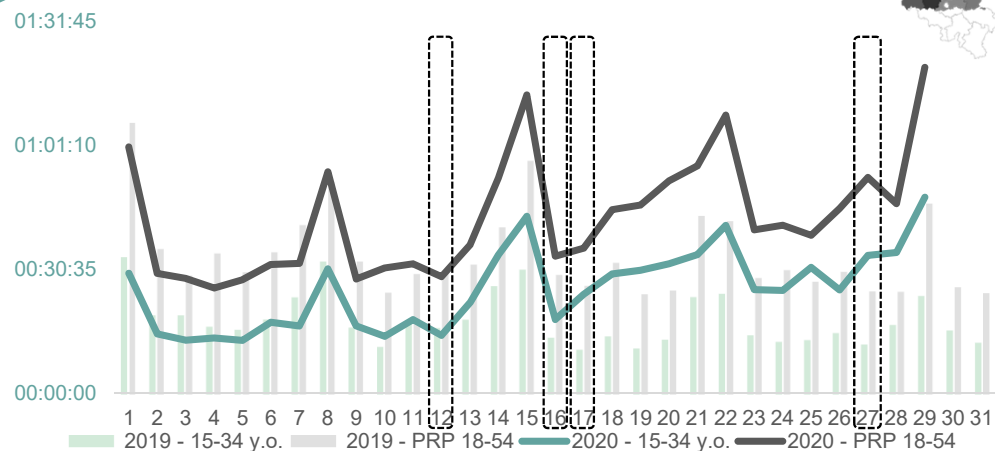


TV VIEWING ON THE RISE! DURING DAY & PRIME TIME

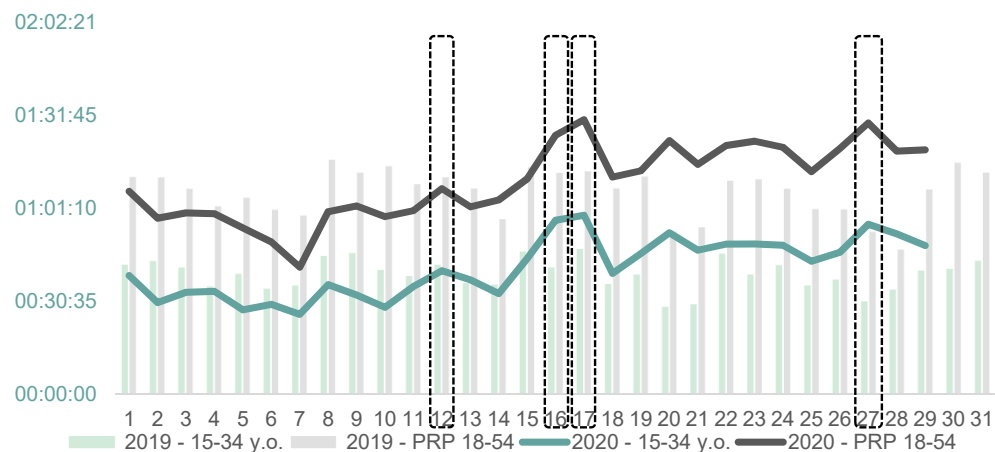
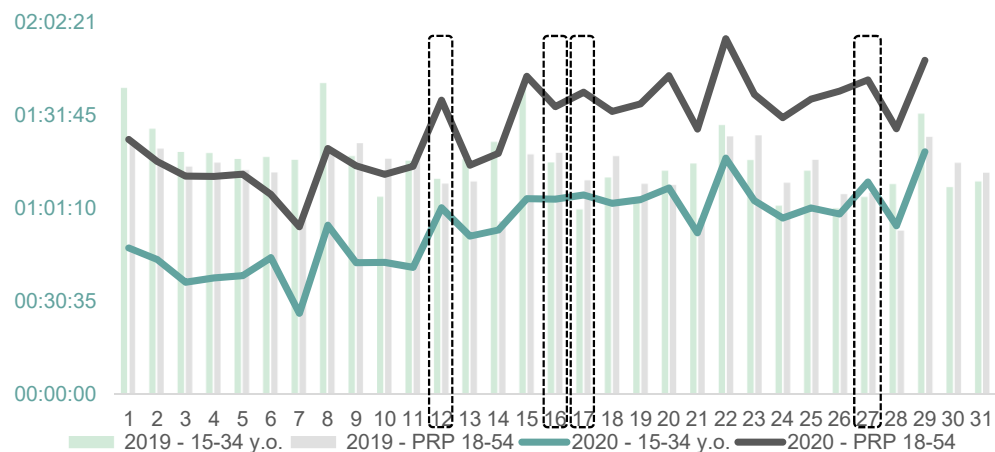
The average time spent watching TV increased, particularly during DAY time



2 am-5 pm



7 pm-11 pm



Source: Havas Media BE elaboration of Nielsen / GFK data - Live + Vosdal



WEB

Mobile is still the main entry point for digital content. The average time spent online has increased with an average of 8 minutes a day. Curiously, Flemish people spend more time online than their French-speaking counterparts.

Digital newsbrands allow us to be up-to-date. The main broadcasters are not equal regarding digital eyeballs. There are some differences within press sites, too. Hyperlocal news is more than ever the motto.

And social? Our second analysis on the cost per reach seems to confirm that Belgians spend more time on platforms.



FLEMISH ARE SPENDING MORE TIME ONLINE

Significant increase of time spent on internet since March 12th

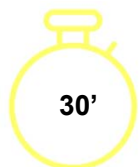


avg time spent on internet
(in minutes)

01/03 > 11/03 12/03 > 31/03



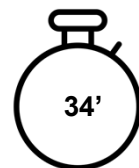
22'



30'



25'



34'

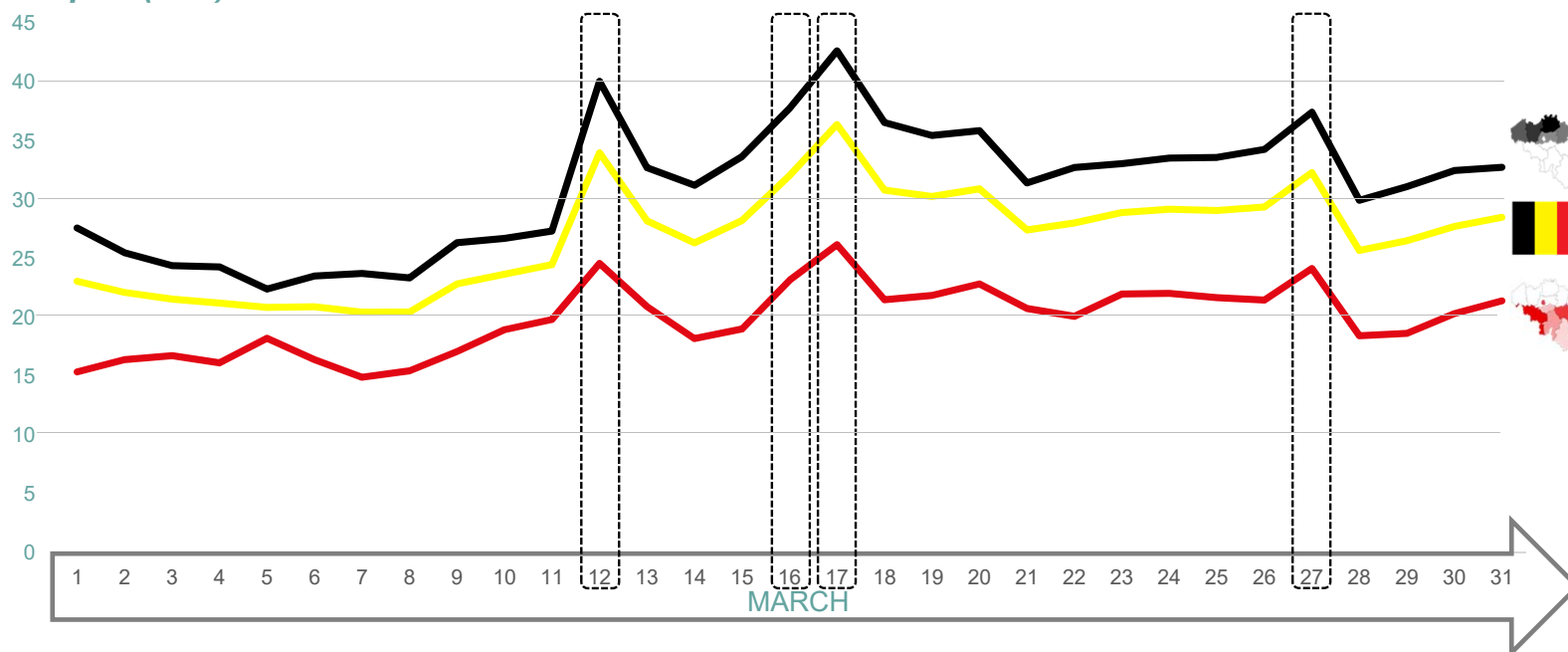


17'



21'

avg time spent (min.)



Source : Gemius/CIM - gemiusAudience study: Multiplatform - Population 12+

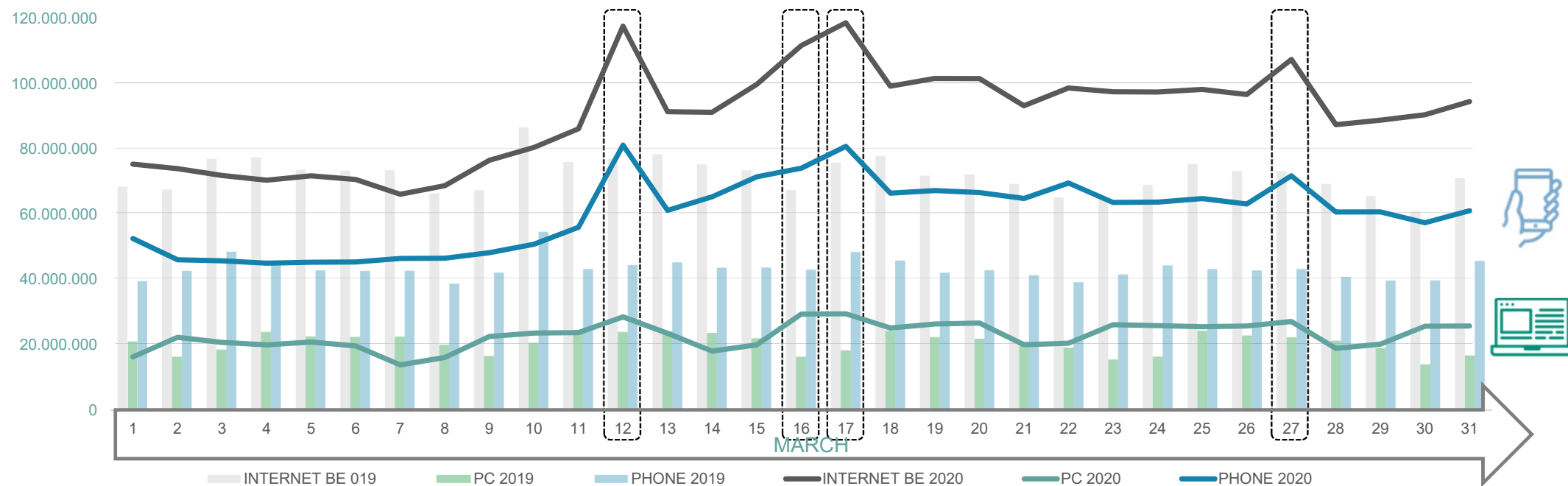


SMARTPHONES ARE THE MAIN DEVICE FOR SURFING

Belgian sites see a huge increase of traffic since March 12th



pageviews





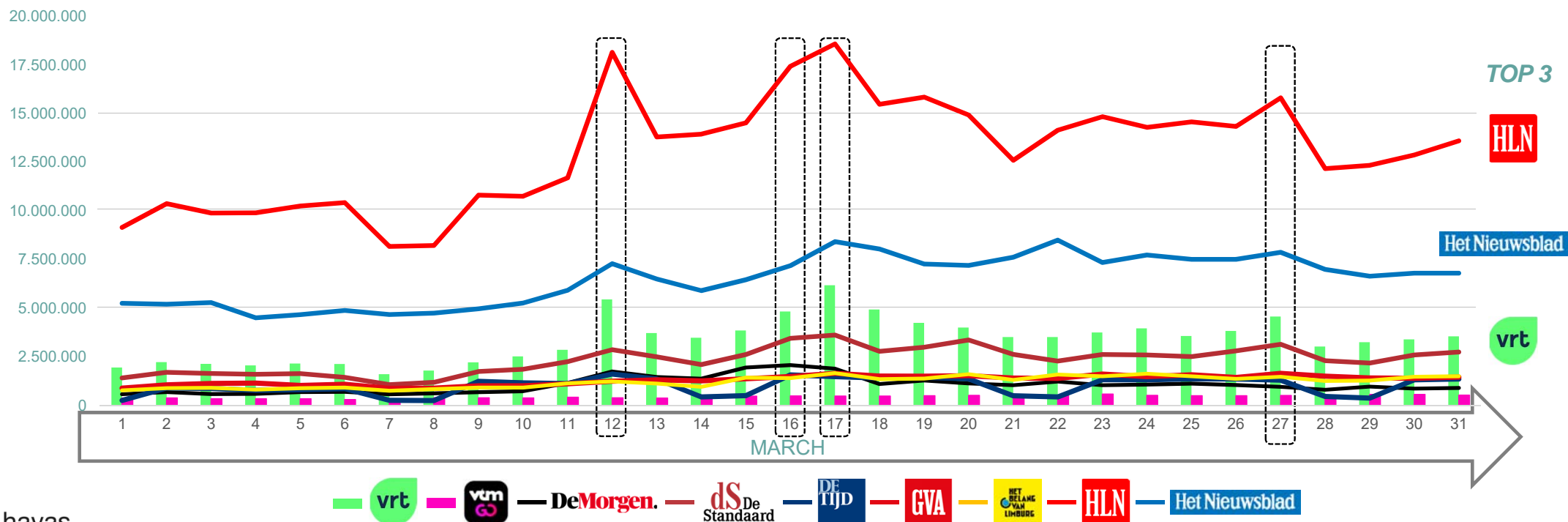
NEWSBRANDS OUTPERFORM A/V BROADCASTERS ON THE WEB

Hyperlocal newsbrands HLN.be & Nieuwsblad are the major source of info



A/V broadcasters in the North perform less than their French-speaking counterparts. But pageviews do not reflect the type of content used by broadcasters, video in majority (cfr. streams). This will be part of a new analysis in the near future

pageviews



Source : Gemius/CIM - gemiusAudience study: Multiplatform - Population 12+



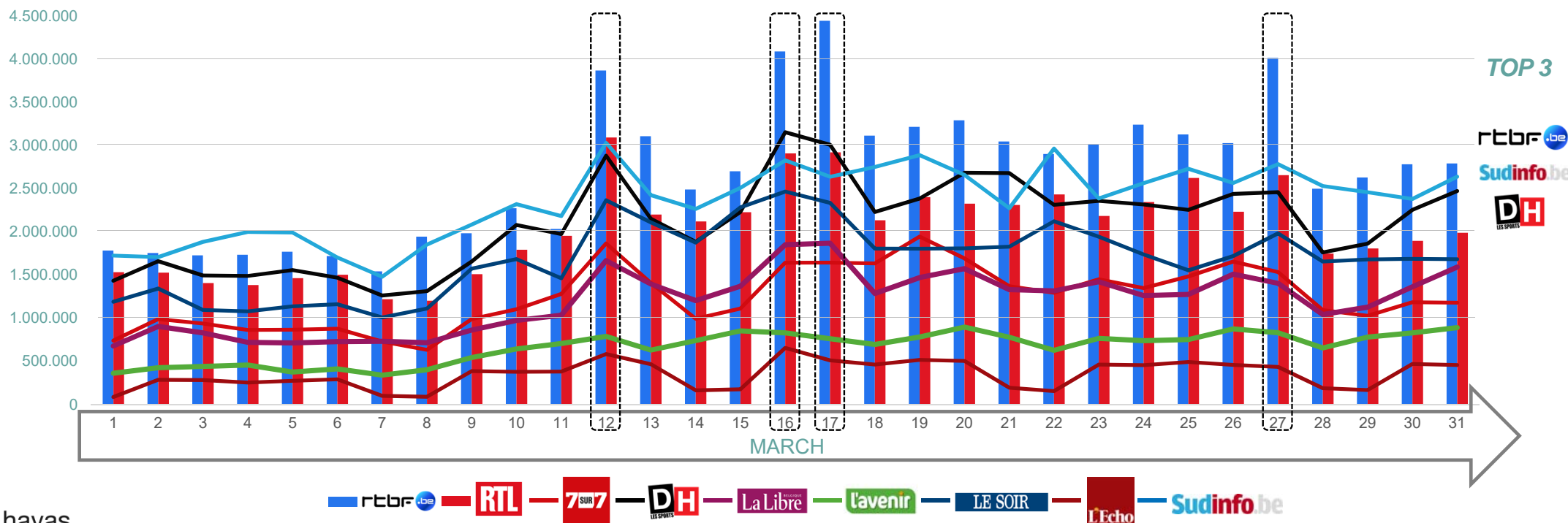
INTEREST FOR DIGITAL NEWSBRANDS & MAIN TV SITES STAY HIGH



A/V broadcasters in decline where (hyper)local newsbrands stay relatively stable with higher audiences than before the lockdown

A/V broadcasters in the North perform less than their French-speaking counterparts. But pageviews do not reflect the type of content used by broadcasters, video in majority (cfr. streams). This will be part of a new analysis in the near future

pageviews



Source : Gemius/CIM - gemiusAudience study: Multiplatform - Population 12+

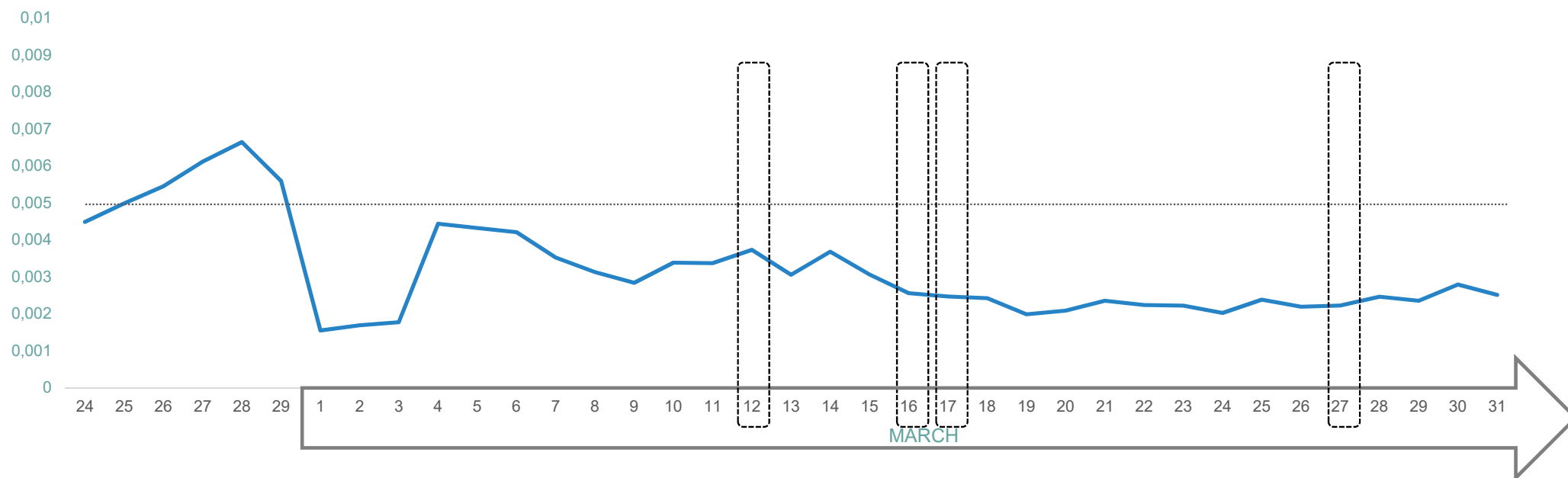


BELGIANS SPEND MORE TIME ON SOCIAL

*Significant increase in available reach and inventory on **FB** & **Instagram** as shown by the diminishing average Cost per Reach on these platforms*



avg CPR



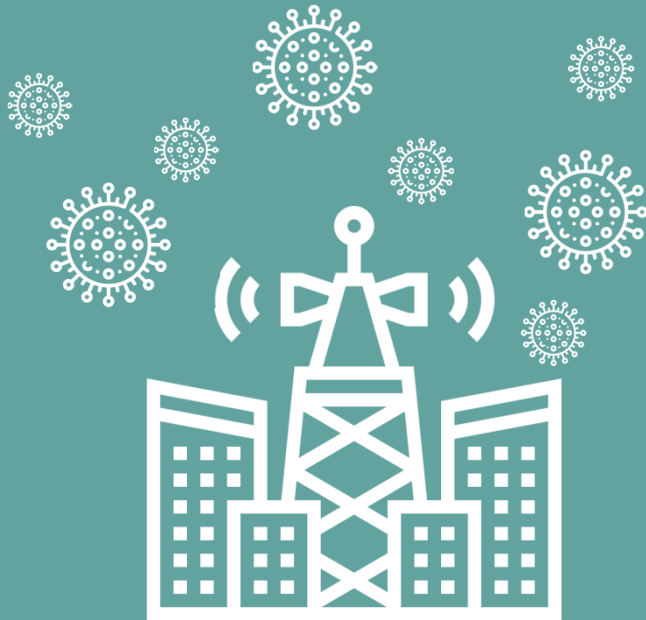
Source: Own data, FB avg Cost per Reach, based on 65 million impressions between 29/02/2020 and 31/03/2020

A STATUS ON SECTORS & BRANDS

WEEK 3

01/04/19

Brussels



TELCO PROVIDERS

With homeworking and confinement measures, Belgians use more data than ever!

Telco providers adapt their offer by extending their data volume packages, giving free access to pay TV, etc. Some of them spotlight their employees, other support charitable actions.

Major players collaborate with the government and data entrepreneurs in order to get insights from mobile data about the mobility behavior of Belgians.

Meanwhile, Proximus launches on this 1st April its new 5G network. What a strange timing...





TELCO SECTOR IS ON THE FRONT LINE & VERY REACTIVE

Some providers spotlight their employees and specific charitable actions

PRENEZ SOIN DE VOUS
ET RESTEZ CONNECTÉS,
EN TOUTE TRANQUILLITÉ

#VOUSDABORD

+ Follow ...

VOO
6,976 followers
66 • 1

#VOO souhaite remercier ses exceptionnelles collaborateur·ices, qui mettent tout en oeuvre pour aider nos clients à traverser cette période difficile et à rester en contact avec leurs proches, à s'informer, continuer de travailler ou de se divertir. Merci à nos #telcoheroes !
#VOUSDABORD

See translation

#vousdabord

A situation exceptionnelle, personnes exceptionnelles.
Dans tous les secteurs : médical, social, éducation, transport...
des personnes mettent aujourd'hui tout en oeuvre pour vous aider à traverser cette période difficile. Dans le secteur telco, nos ingénieurs, nos techniciens, nos personnes travaillant d'arrache-pied, sur le terrain comme en coulisses, pour vous permettre de rester en contact avec vos proches, de vous tenir informés, de continuer à travailler et à vous divertir. C'est pourquoi, nous tenons à saluer les efforts et le dévouement de nos collaborateurs VOO.

Merci à eux, nos telco-heroes !

VOO

MOBILE VIKINGS

Mobile Vikings
622 followers
2w • 1

It's Pajama day! We decided to skip the group photo this time, but just like every year, our colleagues raised € 1000 for Bednet. Bednet is an organization committed to giving sick children the opportunity to still attend their class from home via the Internet.

Bednet

telenet

Telenet
31,201 followers
4d • Edited • 1

Onze partners VLOTTER en E-Demonstrations zijn naast in de weer om gezichtsbeschermers te maken. Deze zijn nodig om besmette patiënten veilig te kunnen behandelen. Wil jij hen helpen? Ze kunnen alle materiële en fina...see more

See translation

#FAIREFACEENSEMBLE

Telenet
31,214 followers
1w • 1

Door de corona-epidemie zitten we sinds een paar dagen in een nieuwe realiteit. En wij, Telenet-medewerkers, willen jou daar zo goed mogelijk bij helpen. Want samen geraken we erdoor. #SamenErdoor

Bekijk hier onze tips: www.telenetsamenerdoor.be

See translation

#SamenErdoor



TELENET & PROXIMUS SUPPORT KIDS W/T LAPTOP & WIFI IN BRUSSELS

16% of Brussels inhabitants do not have daily wifi access

bx Accueil BX1+ radio de Bruxelles Direct TV Demer/JT

Telenet et Proximus ouvrent leurs connexions publiques aux élèves sans Internet



Gratis internet voor thuisonderwijs

VEILIGHEID BRUSSEL 24/3/2020 GODFRIED ROELANT © BRUZZ DELEN: f t i



© Telenet | Zestien procent van de Brusselse gezinnen heeft thuis nog altijd geen toegang tot het Internet.


Tot en met eind juni zullen leerlingen in alle Brusselse gemeenten zich met een gratis logincode kunnen aanmelden op het publieke netwerk van Proximus en Telenet. De telecomoperatoren gaan daarmee in op de vraag van scholen en sociale organisatie om kansarme jongeren die thuis geen internet hebben toegang te geven tot haar netwerk. Proximus is aanwezig in het hele gewest, Telenet in 13 Brusselse gemeenten.



Telenet & Proximus give access to their Brussels Public Wifi by offering **free codes to needy families in order to ensure their kids' education continuity.**

Proximus for Enterprises
4,679 followers
4d •

+ Follow ...



#Digital4Youth, Close the Gap and DNS Belgium are currently looking for 10,000 laptops to donate to students who don't have access to one, so they can keep following online lessons and receive assignments. At Proximus, we're in the process of donating over 700 laptops to this initiative. In parallel, we have already launched the initiative to offer Proximus Public Wifi access to support students and pupils without internet access.

If you or your company have (old) laptops you can donate, have a look over here

<https://lnkd.in/gP7rSAf>



Proximus
49,150 followers
5d • Edited •

+ Follow ...

In the current context, having access to connectivity is more important than ever. To this end, we've put some initiatives in place to contribute in our own way to everyone's effort during this crisis:

- 🏥 We're quickly providing and setting up WiFi connectivity in emergency hospitals and triage centers
- 📖 With schools being closed and universities switching to online courses, we decided to offer pupils and students who don't have an internet connection at home free access to our Proximus Public WiFi network. More information can be found here: <https://prx.ms/3dwmx2j>

Thanks to all the teams who are dedicated to keeping Belgium connected 🇧🇪



Digital for all
proximus.com



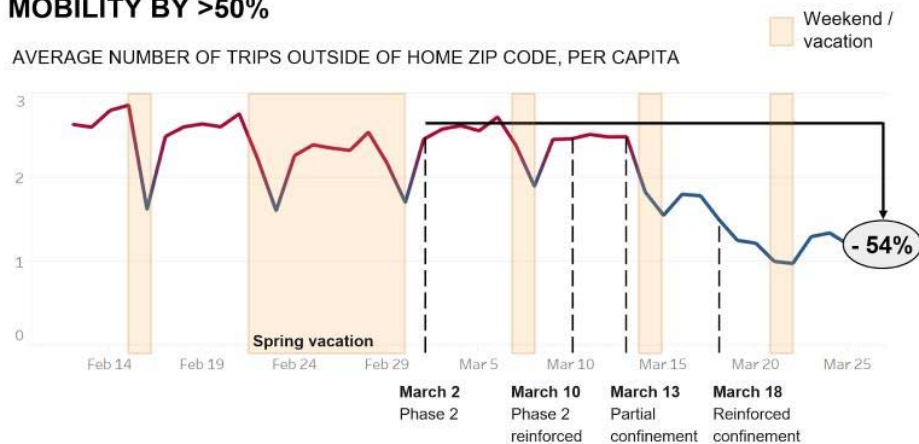
"DATA AGAINST CORONA" TASK FORCE

Championed by government, data entrepreneurs and Telco providers



NATIONAL CONFINEMENT MEASURES HAVE REDUCED MOBILITY BY >50%

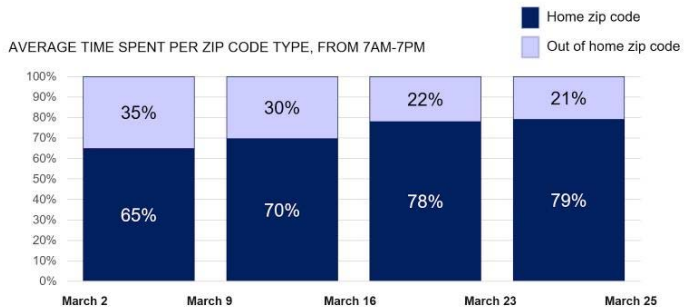
AVERAGE NUMBER OF TRIPS OUTSIDE OF HOME ZIP CODE, PER CAPITA



Based on anonymized population data from Telco providers, first analyses show that Belgians **respect confinement measures** by **reducing most of their trips** and spending most of their time **in their home municipality**

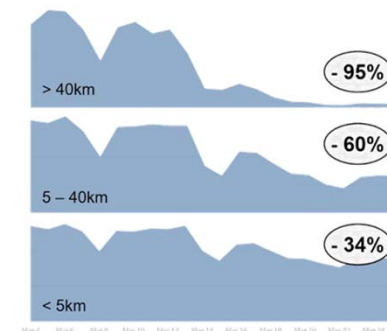
"BLIJF IN UW KOT" / "RESTE DANS TON KOT" BELGIANS NOW SPEND ~80% OF TIME IN HOME ZIP CODE

AVERAGE TIME SPENT PER ZIP CODE TYPE, FROM 7AM-7PM



BELGIANS NEARLY STOPPED LONG-DISTANCE TRIPS SINCE CONFINEMENT STARTED

EVOLUTION OF NUMBER OF TRIPS BETWEEN MAR 4th AND MAR 25th, PER DISTANCE



Sources: L'Echo, [Votre smartphone, arme de détection massive contre le coronavirus](#), 20/03/2020; Agoria, [Les opérateurs mobiles contribuent à la lutte contre le coronavirus](#), 31/03/2020



DESPITE CRISIS, PROXIMUS SURPRISES US BY LAUNCHING 5G

Today, 1 April, 30 municipalities will have access to the new network

Proximus lance le premier réseau 5G de Belgique

La 5G c'est quoi ?

Bien plus que des gigabits ou une évolution de plus de notre réseau mobile

Une amélioration largement annoncée par rapport aux technologies précédentes, qui révolutionnera les communications mobiles et accélérera l'avènement de l'Internet de Objets (IoT).

**Proximus for Enterprises**
4,681 followers
17h • 🌐

[+ Follow](#) [...](#)

Proximus lanceert als eerste operator in België 5G. Het plan #inspire2022 concretiseert de ambitie van Proximus om voor het hele land het netwerk van de toekomst uit te bouwen, door een sterke versnelling van de uitrol van fiber en 5G.

[See translation](#)





Proximus lanceert het eerste 5G-netwerk in België

proximus.be

Op deze plaatsen lanceert Proximus morgen 5G


10 | 31 maart 2020 | 60x43

 **DEEL**

 **504**

 **71 REACTIES**

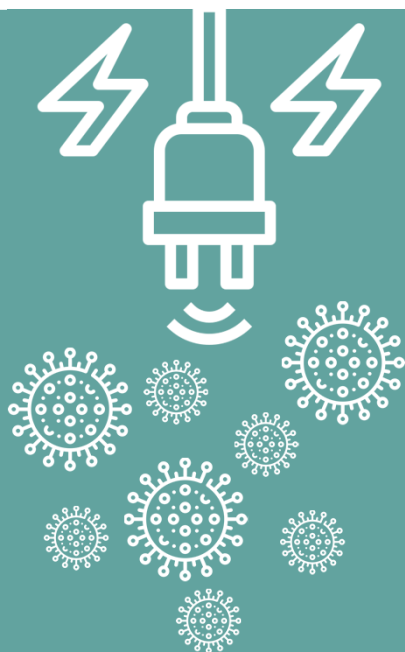
La 5G débarque dans une trentaine de villes : pas informées, Ottignies-Louvain-la-Neuve et Wavre crient au scandale



Proximus lanceert vanaf morgen als eerste provider in België zijn eigen 5G-aanbod. Dat meldt de Vlaamse Media Reguleerder (Vlaamse Reguleerder voor de Media) in een persbericht over de bevestiging van de uitrol van 5G. De Vlaamse Reguleerder voor de Media heeft ervoor zorgen dat men...



5G COVERAGE BELGIUM MAP



ENERGY PROVIDERS

With social distancing and a lockdown at home, energy consumption in Belgium decreased significantly as a result of the decline of business activities.

Meanwhile, household consumption has increased and companies in the energy sector have implemented special advice and assistance to reduce the consumers' bill.

As a consequence of the crisis, the price of electricity and gas fell sharply, as did the price of oil per barrel. Meanwhile, some major energy companies are helping medical staff.



WORLDWIDE - THE OIL COURT FALLS TO A HISTORICAL LEVEL

\$65 in december 2019 to approximately \$33/barrel today

Coronavirus : Les prix de l'essence et du mazout baissent



Pétrole, coronavirus, OPEP et Russie : la valse à quatre temps

Par Emmanuel Hache et Jérôme Sabathier | 16/03/2020, 12:55 | 2274 mots



(Credits : Nick Cotford)

IDEE. La chute actuelle des cours de l'or noir s'explique par une conjonction de facteurs sur un marché à l'équilibre déjà précaire. Par Emmanuel Hache, Auteurs fondateurs The Conversation France et Jérôme Sabathier, IFP Énergies nouvelles

Due to an imbalance between the offer and demand. Saudi Arabia has opened the floodgates and launched war prices while demand was plagued by the Covid-19 pandemic

TOTAL oil Group offers its assistance to medical staff

Coronavirus : Total va proposer des pleins de carburant gratuits pour le personnel soignant

INFO RTL - L'entreprise Total va proposer des pleins d'essence gratuits pour les personnels soignants, en première ligne pendant la crise sanitaire du coronavirus.



Coronavirus : Total va proposer des pleins de carburant gratuits pour le personnel soignant
Crédit image : AFP / ERIC PIERMONT | Crédit Media : Christophe Ponce | Durée : 00:53 | Date : 23/03/2020



GLOBAL ENERGY CONSUMPTION IN BELGIUM IN DECLINE

Electricity consumption fell by 10% to 15%

Electricity and gas prices are decreasing and the average energy consumption was 10 to 15% lower in the beginning of March (companies aren't producing anymore).

Consumption fell by 16% and the price of electricity in the short-term market is historically low, the price went from 37,6% in March 2019 to 18,7% in March 2020

UPDATE | Nouvelle baisse de la consommation d'électricité en Belgique. La consommation moyenne est 16 % inférieure à début mars avec des baisses jusqu'à 25 % à certains moments



L'influence du Coronavirus sur la consommation d'énergie en Belgique

Energie > Actualités > Secteur



Vous désirez être conseillé pour souscrire à un contrat d'électricité/gaz? Faites-vous épauler gratuitement par l'un des conseillers en énergie de CallMePower!

071 96 37 91

OU

Rappelez-moi

Publicité

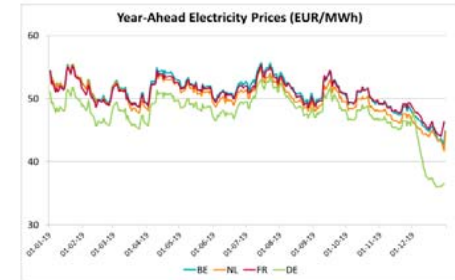
Confinement en Belgique : la consommation et le prix de l'électricité au plus bas



Consommation en Belgique : la consommation et le prix de l'électricité au plus bas - © Photo by Matthew Henry via Shutterstock

MARCHÉ DE GROS ELECTRICITE & GAZ 2019

Evolution forward Y+1 des prix de l'électricité
Ce graphique montre l'évolution des prix dans 4 pays européens pour une livraison d'électricité qui aura lieu l'année suivante.



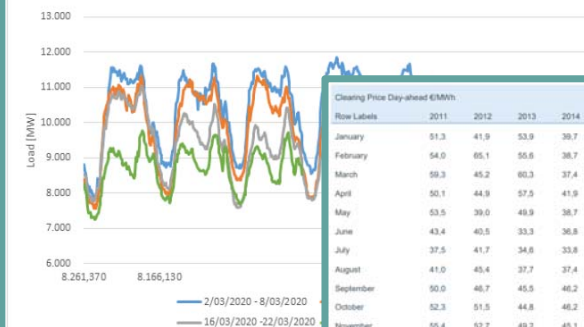
Source: CREG

La consommation d'électricité en chute de 10 à 15%



La baisse de la consommation électrique a eu lieu en deux temps. ©Photo News

Elia Total Load Evolution - March 2020



Row Labels	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
January	51.3	41.9	53.9	39.7	42.9	32.6	72.6	36.8	60.5	37.9
February	54.0	65.1	55.6	38.7	50.5	25.4	47.6	47.4	47.6	28.4
March	59.3	45.2	60.3	37.4	47.1	27.1	34.5	50.7	37.6	18.7
April	50.1	44.9	57.5	41.9	47.7	25.4	37.3	37.8	37.9	
May	53.5	39.0	49.9	38.7	37.6	25.4	32.2	44.5	38.0	
June	43.4	40.5	33.3	36.8	39.0	30.7	32.7	50.0	27.5	
July	37.5	41.7	34.6	33.8	42.6	31.3	33.6	52.9	37.7	
August	41.0	43.4	37.7	37.4	42.4	28.9	31.8	60.7	33.7	
September	50.0	46.7	45.5	46.2	52.5	37.7	37.2	68.8	33.6	
October	52.3	51.5	44.8	46.2	55.4	57.2	49.0	76.0	37.6	
November	55.4	52.7	49.2	45.1	43.1	62.3	66.6	77.8	44.4	
December	45.1	50.1	47.8	47.7	35.9	55.0	55.1	59.7	36.4	
Grand Total	49.370	48.977	47.446	40.789	44.679	36.616	44.583	55.272	39.349	



S.O.S. Flanders

The region has decided to help inhabitants with energy bills



Coronavirus: la Flandre accorde 200 euros aux chômeurs temporaires pour leurs factures d'eau et d'énergie

La ministre de l'Energie Zuhair Demir a précisé que les travailleurs concernés ne seraient tenus à aucune démarche.



Belga



Le gouvernement flamand a décidé d'octroyer automatiquement 202,68 euros aux personnes frappées de chômage temporaire afin qu'elles puissent payer leurs factures d'eau et d'énergie pendant un mois, indique sur Facebook la ministre de l'Energie, Zuhair Demir (N-VA).

For temporary unemployed the Flemish region gives 200 euros to help pay the bills

Corona: remboursement par le gouvernement flamand

Les mesures prises pour empêcher la propagation du coronavirus sont de grande envergure et ont un impact majeur, notamment sur les revenus de nombreuses familles. En premier lieu pour les familles où un ou plusieurs membres de la famille entrent dans le système de chômage temporaire.

C'est pourquoi le gouvernement flamand a décidé sur une proposition du ministre flamand de l'énergie Zuhair Demir d'aider financièrement ces familles pendant cette période difficile. Le gouvernement flamand porte sa facture d'eau et d'énergie pour une période d'un mois.

Si vous, en tant qu'employé, êtes placé en situation de chômage temporaire à la suite de COVID 19, vous êtes éligible à l'intervention du gouvernement.

Cette compensation s'élève à 202,68 € au total et se compose comme suit:

- pour l'eau 30,77 euros
- pour le chauffage coûte 95,05 euros
- pour l'électricité coûte 76,86 euros

En tant qu'employé, vous n'avez rien à faire. Il est prévu que le gouvernement reçoive ces informations par le biais de la RVA.

Les factures restent payables au fournisseur d'énergie au plus tard à la date de paiement indiquée sur la facture.

Source: seen on official website Lampiris & Cociter



COCITER
Comptoir Citoyen des Energies

lampiris

No help planned for the moment by Wallonia and Brussels



ASSISTANCE FROM ENERGY SUPPLIERS

Electricity suppliers take initiatives to help their customers

Lampiris and **Engie**, suppliers in Flanders, Wallonia and Brussels have taken the lead by reducing the cost of electricity and providing tips and trick to consume less



Coronavirus: Lampiris, premier fournisseur d'électricité à proposer le tarif nuit toute la journée



Le prix de l'électricité continue d'augmenter - © FREDERIC J. BROWN - AFP



Coronavirus - Des fournisseurs d'énergie prennent des mesures pour leurs clients

Lampiris et Engie ont tous les deux annoncé mercredi des mesures pour leurs clients amenés pour certains à consommer plus d'électricité que d'habitude en raison du confinement.



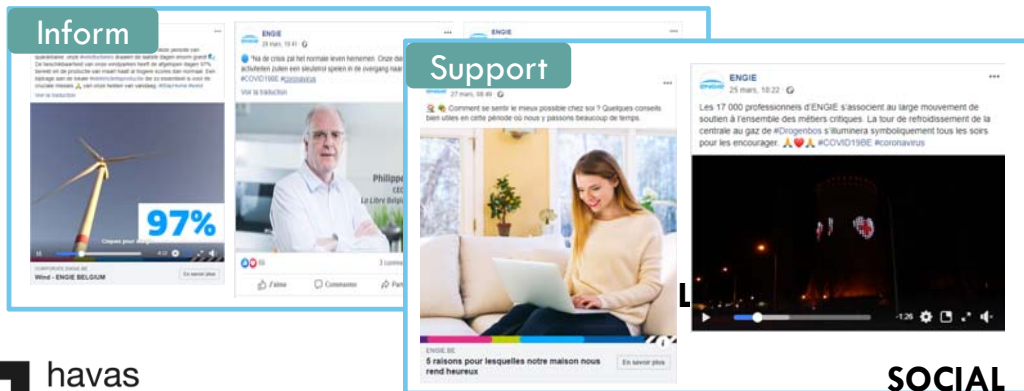
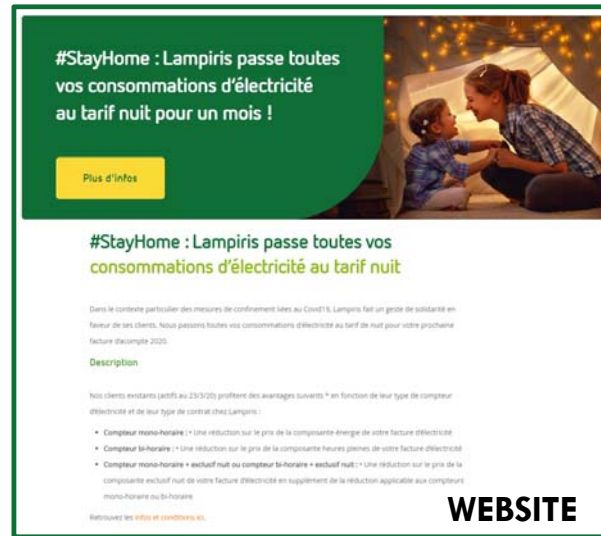
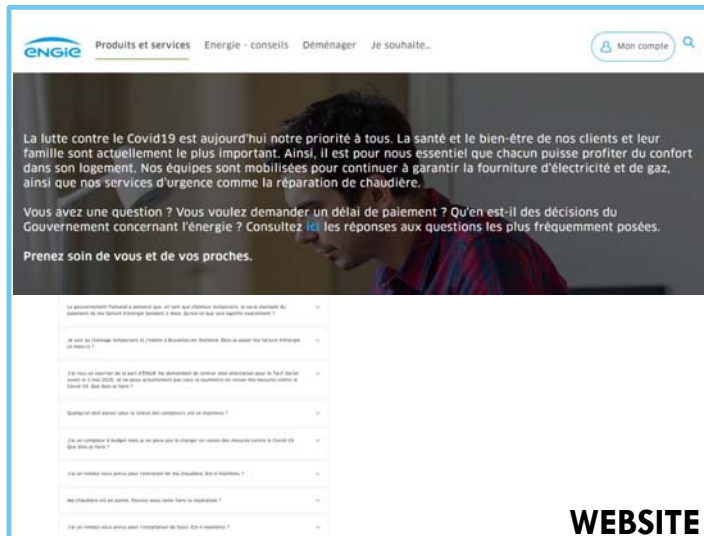
Le fournisseur vert Lampiris fera passer pendant un mois toutes les consommations d'électricité au tarif de nuit, quel que soit le compteur de son client.

Chez Engie, on rappelle que des plans de paiement étaient déjà possibles et que l'entreprise fera preuve de la "flexibilité nécessaire" pour les clients qui en éprouveraient le besoin. L'entreprise donne également quelques conseils à ses clients pour consommer le moins d'électricité possible et ainsi réduire leur facture à venir.



COMMUNICATION IS INFORMATIVE AND SUPPORTIVE

It is a multi-channel approach





BANK & INSURANCE

Covid-19 hits every industry. It affects each one of them, and there's no secret remedy. Bank & insurance brands are not immune.

Comparing to other industries, lockdown and social distancing measures are not pushing bank & insurance to bankruptcy, but does force them to accelerate the digitalization of their whole system. All the traditional touchpoints between Belgians and their money are affected, seniors are frontline. Going hand in hand with safety issues and fraud.

Beside the social crisis, the business situation is making the economic crisis undeniable.



ECONOMICAL CONTEXT

The social crisis becomes an economical crisis as expected

1

ECONOMIC CRISIS

Economic crisis in the making

Les banques au premier plan

Les banques souffrent, la BCE devrait en tenir compte



©Kristof Van Accom



Le conseil des gouverneurs de la BCE, présidé par Christine Lagarde, se réunira jeudi. ©REUTERS

SERGE QUOIDBACH | 09

PHILIPPE GALLOY | 09 mars 2020 20:52

Et voilà qu'à la crise boursière et, en bou récession. Après le g les marchés ont pris 1997, le S&P 500, l'indice des 500 plus grosses capitalisations boursières américaines, a déclenché son coupe-circuit, un arrêt momentané de ses cotations face à l'affolement des investisseurs appuyant frénétiquement sur le bouton "vendre".

Les banques sont exposées aux risques de défaut liés aux conséquences économiques de l'épidémie de Covid-19. Si elle veut soutenir l'économie, la BCE devra se méfier des effets indésirables pour les institutions financières.

2

BANK AND INSURANCE AT RISK

Every sector is concerned, but banking and insurance are on the front line

Banque nationale de Belgique :
Communiqué de presse - Baromètre de
conjoncture (2020-03) PDF



25/03/2020 | 15:18

2020-03-25

Liens: NBB Stat Information générale

Enquête mensuelle de conjoncture auprès des entreprises

Chute considérable de la confiance des chefs d'entreprise

- En lien avec la crise du coronavirus (cf. encadré à la de conjoncture de la Banque nationale de Belgique 8,2 points, soit la baisse mensuelle la plus importante que l'indicateur existe.
- Tous les secteurs d'activité sont concernés, les services plus lourd tribut ; c'est dans la construction que le cli détérioré.
- D'avantage que l'appréciation de la situation co perspectives d'activité, de demande et d'emploi qui la baisse.

Banque nationale de Belgique : Le secteur de l'assurance s'efforce lui aussi de lutter contre l'incidence socio-économique de la crise du coronavirus



26/03/2020 | 14:53

Après que les pouvoirs publics et le secteur bancaire ont pris de nombreuses initiatives ces dernières semaines pour atténuer les conséquences économiques de la pandémie de coronavirus, c'est à présent au tour du secteur belge de l'assurance de consentir des efforts.

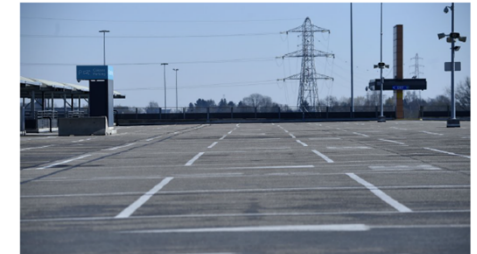
L'attention se porte principalement sur les groupes de la société qui sont les plus touchés par les retombées économiques de la crise du coronavirus, à savoir les nombreux travailleurs mis au chômage temporaire et les entreprises contraintes de fermer leurs portes ou dont l'activité économique chute fortement.

3

2,4 BILLION EACH WEEK FOR BE

Already -0,55% GDP every week in Belgium

"Chaque semaine coûte 2,4 milliards d'euros à l'économie belge"



Selon le secteur, l'activité est soit très ralentie, soit à l'arrêt. Ici, le parking désert de l'aéroport de Charleroi. ©Photo News

PAUL GÉRARD | 25 mars 2020 15:50

La fédération des entreprises de Belgique estime l'impact d'une semaine de confinement à 0,55% du Produit intérieur brut (PIB) et table sur six semaines de crise, jusque fin avril. Mais tout dépend du temps mis à vaincre le coronavirus.



BANKING AND INSURANCE COVID-19 MEASURES

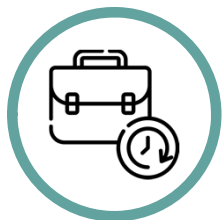
What are the main actors doing to help the companies and the consumers?



Extend payment deferral to other business loans



Dealing with problematic month-ends: consumers and companies can relate to their insurers



Protect employees in case of temporary unemployment



Intelligently manage the interruption of economic activities



Extend the advantage to “balance outstanding” insurance linked to a mortgage



Extend the advantage to fire insurance linked to a mortgage



BELGIANS & THEIR MONEY

Lockdown is raising issues & questions but also offering business opportunities

How can I pay online?

How can I contact my banker now it's closed?

How can I manage my money online?

Can I expect help from politics?

Can I trust every website?

How contactless is working?



Can I withdraw my money?

Is it risky for me to use cash?



Could my bank help my financially?

Can I still get advice from a banker?

What's going to happen for my investment and my loans?

Can I have financial advice regarding the situation?

OTHER QUESTIONS?

THE CRISIS MODIFIES OUR ON/OFFLINE APPROACH

Consumers are more keen to use online services but still need offline solutions

E-COMMERCE



ONLINE
PAYMENT

DIGITALISATION



ONLINE
SERVICES

IN-STORE



PAYMENT

BANK SAFETY



ECONOMY

The COVID-19 crisis has an effect on the bank and insurance sector. Whether you're a consumer or a brand, it will surely impact your behavior towards each other.



DIGITAL SERVICES ARE MANDATORY

Stores are closed, but bankers are still working from home.

AVAILABILITY

1

Tell consumers you're still there

Pendant la crise du coronavirus, vous pouvez aussi compter sur KBC Brussels

[Voici comment nous joindre >](#)

Vous êtes bien entouré

Même à la maison



EFFICIENT ONLINE SOLUTIONS

2

Improved tools to still have contact and get advices from bankers

Vous souhaitez rencontrer votre conseiller sans vous déplacer ?

[Plus d'info](#)

BNP PARIBAS
ARTIS

Nos experts vous répondent



DIGITAL SERVICES ARE MANDATORY

It's the time to highlight your digital offer. Keywords: security, simplicity, speed.

APPS AND ONLINE SOLUTIONS

1 Digitalization is multi-platform and key

L'Echo

"L'utilisateur est très orienté 'app' en Belgique", explique Didier Farjon, CEO de D-Rating.
"L'importance du trafic sur les applications mobiles est moindre en France et en Espagne (les deux autres pays analysés, NDLR), ce qui peut notamment s'expliquer par le fait que les banques belges encouragent plus l'utilisation du canal mobile."

Chaque jour, par exemple, plus de 1,4 million de clients Belfius consultent leurs opérations bancaires via l'application.



NEOBANKS ARE A DIGITAL EXAMPLE

4

It's the crucial moment to know if traditional banks can really compete with digital banks (N26, Revolut, Bunq...)

L'Echo

Les néobanques au top de l'usage du digital

Technologiquement, la néobanque s'estime en avance de plusieurs mois sur la concurrence.

L'Echo

Aion, la banque en ligne par abonnement, lancée mardi en Belgique

"Comme Netflix"



DIGITALIZATION & SENIORS

How can we help seniors (and other non-digital-friendly users) to **survive to the digitalization** of banking and insurance ?



ONLINE PAYMENT

Can I trust every website?

How can I pay online?



ONLINE SERVICES

How can I manage my money online?

How can I contact my banker now it's closed?



IN-STORE PAYMENT

Can I withdraw my money?

How does contactless work?

Is it risky for me to use cash?



E-COMMERCE & ONLINE PAYMENT

Since non-essential shops are closed people like ordering online for its convenience, and to stay home.

1

Online orders are increasing: food but also electro and entertainment

gondola

Boom de l'e-commerce alimentaire en Belgique suite au coronavirus

- Le site de Delhaize a connu jusqu'à 70% de croissance les premiers jours de mars
- Carrefour parle d'une augmentation de 30% et Colruyt confirme également une croissance
- Dans la distribution physique, la croissance est plutôt de 10 à 20%

LE SOIR

Coronavirus: l'e-commerce non-alimentaire est en plein boom

GfK
Growth from Knowledge

ELECTRO



+166%
Online sales

ENTERTAINMENT



+111%
Online sales

Source: Sell out data gathered via Point-of-Sale tracking - GfK Belgium Retail Panel - Weekly Leaderpanel - Week 12 (March 16 to 22 2020)
Performance in value versus same week last year - Categories included: CE, MDA, SDA, IT, Office Equipment, Telecom / Music, Movies, Consoles, Games, Books / Clothing, Shoes



En raison de la fermeture obligatoire de tous les magasins dits « non-essentiels » depuis le mercredi 18 mars, les consommateurs ont massivement reporté leurs achats sur le canal online en semaine 12. Les données GfK révèlent des ventes quasi stables en Electronique grand public (-0,4%) et même une forte croissance en Biens culturels (12%). Seule exception la Mode : les distributeurs spécialisés sont confrontés à des pertes jusqu'aux deux tiers de leur chiffre d'affaires (-68%) et même leurs ventes en ligne sont en baisse (-5%).



IN-STORE PAYMENT

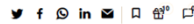
Cash is forgotten while contactless and mobile payment are gaining popularity

1

CONTACTLESS IS THE NEW PREFERENCE

Contactless payments limit is questioned

Augmenter la limite des paiements contactless sans code?



0doc

19 mars 2020 18:12

Il est actuellement possible de payer un montant de 25 euros maximum sans introduire de code.

Avec les mesures de confinement en vigueur, de plus en plus de consommateurs et de commerçants sont réticents à l'idée de manipuler de l'argent liquide ou des pièces de monnaie. Vecteur passif de contagion et nid à microbes, le cash perd en popularité avec l'épidémie actuelle.

2

CASH IS NOT THAT RISKY BUT ENOUGH TO DECREASE

Cash is a (low) risk of contamination but hygiene is key for prevention purposes

Coronavirus: payer au magasin sans toucher le terminal

SUIVRE CE THEME - Coronavirus 14 Commentaires



23 mars 2020

En ces temps de crise Corona, les paiements vous préférez ne pas appuyer sur les touches sans contact au moyen de votre carte ou utili

ACCUEIL > SOCIÉTÉ

Coronavirus : Peut-on être contaminé par les billets de banque et les pièces de monnaie ?

CONTAGION Même s'ils manquent de données, les experts estiment que les objets peuvent participer à la transmission du Covid-19

Romark Le Douneuf | Publié le 16/03/20 à 17h31 — Mis à jour le 16/03/20 à 18h50

71 COMMENTAIRES 681 PARTAGES



Les pièces et billets de banque peuvent être source de transmission du coronavirus. — A GELEBART

A LIRE AUSSI

- 16/03/20 | TÉMOIGNAGES
Les Patients pensent à l'exode avant le grand confinement
- 16/03/20 | DÉPISTAGE
Le maire de Nice Christian Estrosi testé positif au coronavirus
- 16/03/20 | TRANSPORT
Un avion relie Papete à Paris sans escale à cause du coronavirus

D'ACTU

Anserme - Ferme

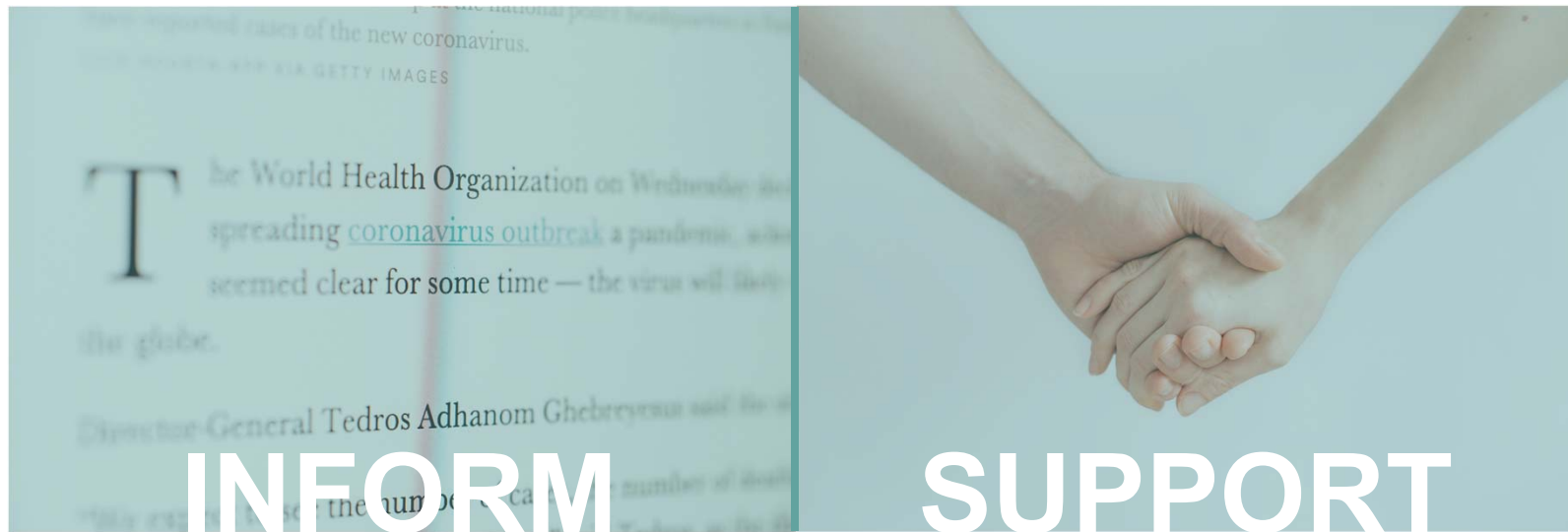
4.4

The situation is an opportunity for banks to build trust and to show that they're safe



HOW BANK/INSURANCE BRANDS ARE COMMUNICATING IN BELGIUM?

Two brand roles: inform and support



Banks/insurers have many opportunities to communicate the right message to comfort their consumers. Support and information will always feel right.

WHO IN FORM

It could be the perfect time for brands to **teach people** how to get the most out of their **digital tools** and to create good and sustainable online habits.



BNP PARIBAS FORTIS

La banque d'un monde qui change

Coronavirus : nous vous tenons informé

Plus d'infos

Coronavirus : nous vous tenons informé

Attention aux faux messages

Vous souhaitez rencontrer votre conseiller sans vous déplacer ?

Assurez tous vos projets d'habitation

Votre banque reste accessible même dans les circonstances actuelles

Coronavirus : Find here information and answers to the most frequently asked questions.

More info

Good morning,

How can we help you?

Self-service corner Find a branch Make an appointment

Coronavirus: latest updates

Dear Customer,

We are carefully giving our fullest attention to the current spread of coronavirus and its development in Belgium. We are working on providing the best possible support to our customers. We are also working on providing a solution for business loans and other lending products. We invite you to check back on this page regularly. We update daily in order to keep you informed of the latest developments.

Exceptional measures in support of our customers

As previously announced, the banks, the National Bank of Belgium and the Minister for Finance reached an agreement last Sunday 22 March with regards to the deferment of mortgage repayments for private individuals and credit requirements for businesses as well as a guarantee scheme for businesses affected by the coronavirus crisis.

At present, the specifics of how these measures will be applied are still being worked out by the various banks, the National Bank and the government. Many of you have already contacted us about the support measures and we understand your concerns. Rest assured our teams are doing everything they can to respond to your questions and requests.

For all questions regarding the deferment of your mortgage repayments, please send an email to opposietie@ibb.be. We are also working on providing a solution for business loans and other lending products. We invite you to check back on this page regularly. We update daily in order to keep you informed of the latest developments.

- Will my branch remain open?
- How can I manage my accounts remotely?
- How will my investments be affected?
- Is my trip covered by my cancellation insurance?
- I need assistance or negotiation about. What can I do?
- Is my Visa or Mastercard purchase refundable?
- What if a customer visits a branch with flu-like symptoms?

Notre dossier sur le coronavirus

Investissements

Plus d'infos

Investir en période de coronavirus

Où investir ce mois-ci?

Les obligations de ce mois

Le switch de fonds

Belfius

Nos experts répondent

Toujours proches de vous, en toutes circonstances

Malheureusement, les pirates informatiques peuvent profiter des situations complexes.

Pendant la crise du coronavirus, vous pouvez aussi compter sur KBC Brussels

Voici comment nous joindre

Vous pouvez compter sur nous, même en ces temps difficiles

BNP Paribas Fortis Belgique

Le 27 mars, le Gouvernement fédéral belge, la Banque nationale et la Fortis ont accordé sur des mesures d'urgence, les particuliers, les indépendants et les entreprises qui risquent de connaître des difficultés financières liées à la crise du coronavirus. Ces mesures entrent en vigueur le 27 mars. Nos équipes ont immédiatement commencé à préparer la mise en place de ces mesures pour nos clients qui souhaitent en profiter. Dès le 27 mars vous pourrez contacter votre conseiller selon votre habitude à travers les canaux digitaux. Sachez que vous pouvez toujours compter sur votre banque, nous restons à vos côtés en ces temps difficiles.

COVID 19 INFORMATIONS

MARC FINA COVIT

Le coronavirus peut vous donner, en tant que particulier ou entrepreneur, l'impression de panique. Cependant, votre banque est là pour vous. Si vous avez des soucis financiers, contactez-nous dès que possible. Nous sommes prêts à vous aider. Nous sommes prêts à vous aider. Nous sommes prêts à vous aider.

Bank J. Van Breda & Co

Coronavirus: mesures de soutien

Vous avez certainement déjà reçu des communications concernant ces mesures, via d'autres canaux. Nous nous sommes efforcés de compiler ici toutes les infos sur le sujet.

AXA, toujours accessible

Des questions sur vos assurances ? Dans cette situation exceptionnelle, nous sommes toujours accessibles.

Le point sur le coronavirus et son impact sur les marchés

Réguler votre assurance, Contrats, Actuelles, Meubles - 0603.0000

Les événements dans le cadre de l'épidémie de coronavirus se succèdent à toute allure. Pas facile de garder la tête froide. Nous allons donc faire le point de la situation afin que vous compreniez ce qui se passe sur les marchés financiers et que vous sachiez ce qu'il y a lieu de faire.

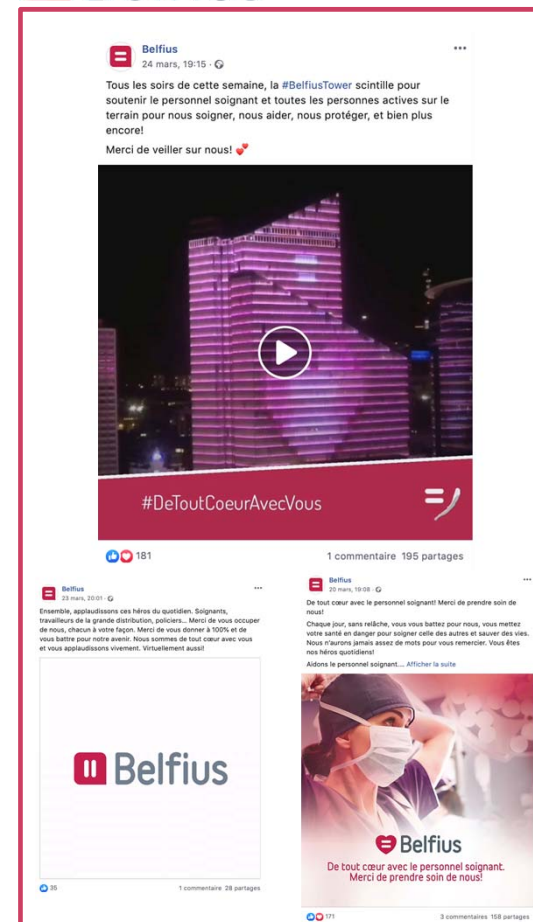
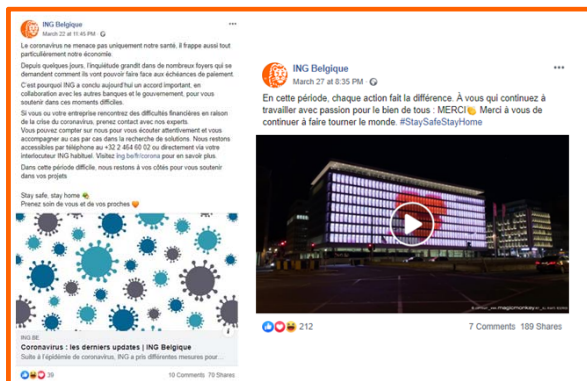
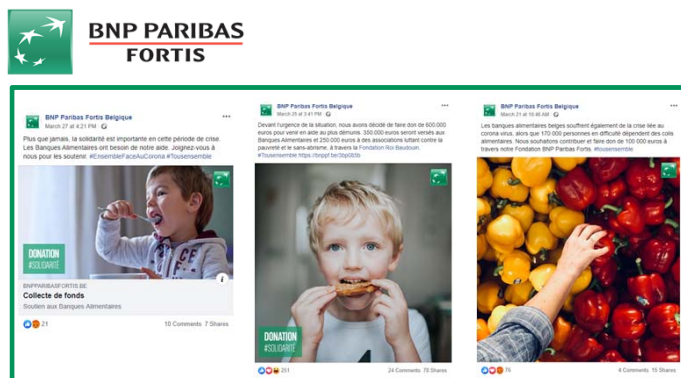
AXA Banque Belgique

Le coronavirus peut vous donner, en tant que particulier ou entrepreneur, l'impression de panique. Cependant, votre banque est là pour vous. Si vous avez des soucis financiers, contactez-nous dès que possible. Nous sommes prêts à vous aider. Nous sommes prêts à vous aider. Nous sommes prêts à vous aider.





To make their message more impactful to people, **banking and insurance** brands could **communicate on how they are helping people during Covid-19**.



KEY TAKEAWAYS FOR BANKING

Media, strategy and creatives working together for better communication

CREA & STRATEGY

- Supportive communication for first line people is “nice”, **actions** are better.
- Today is the perfect time to highlight your **digital offer** and get people used to it.
- Make digital more **human**.

MEDIA

- With people spending more time on **social platforms**, they should communicate on how they are helping people during Covid-19.
- (Digital) **newsbrands** audiences have increased like never before. It allows proximity and an on- & off- approach to reach young & old.
- Show empathy and emotion. **Video** is the perfect vehicle.



BRAND OPTIMISM

Our Mission at Havas is to **make a meaningful difference** to brands, businesses and people.

Ending our communication out of fear of being seen as opportunistic is not an option.

We need to **look for the pain points where brands can make small changes that really help.**

How can brands add a meaningful difference to people's lives and to the society in this hard time?

Optimism for ourselves and our brands in times of COVID-19 **#Brandoptimism**

5 DOMAINS WHERE WE CAN MAKE A DIFFERENCE

INFORMING

**SOCIAL
COHESION**

**LOCKDOWN
LEISURE**

**LACK OF
ESSENTIALS**

**THE PEOPLE
WE FORGET**

WASH, KEEP DISTANCE, WASH AGAIN

Helping people in taking the right precautions

INFORMING

Brands need to show that they are also following the received guidelines and try to push people towards following these same actions.

There are still people who don't follow the lockdown guidelines, how can we enthuse them to help in fighting against the virus? How can brands share official information in a more attractive way?



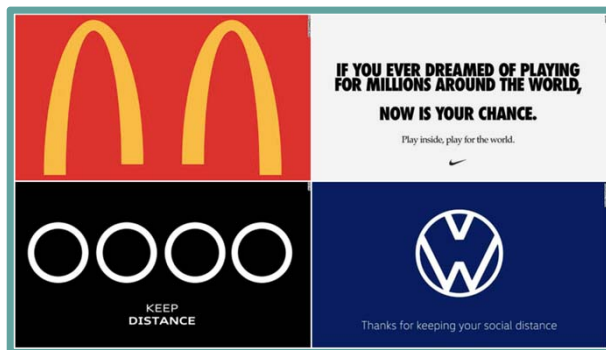
When stores were still open, Lush incited people to come wash their hands for free.

HELPING PEOPLE IN FOLLOWING THE RULES

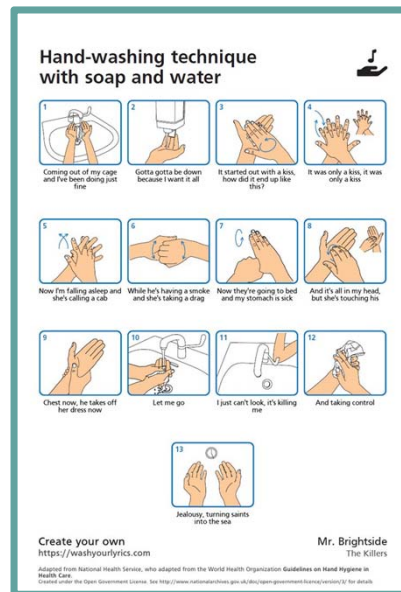
INFORMING

Wash Your Lyrics

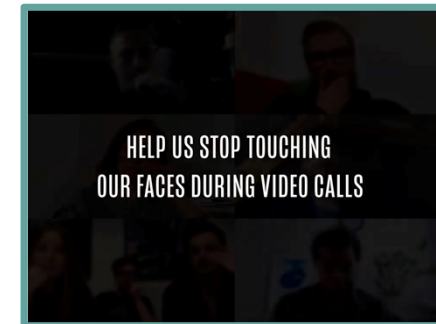
Generate hand washing infographics based on your favourite song lyrics 🎵



Okay, almost every brand is changing their logo to a social distancing one, but the more brands do this, the more powerful the message and social pressure gets to people who still don't do it.



Your own hand washing routine, based on your favourite song.



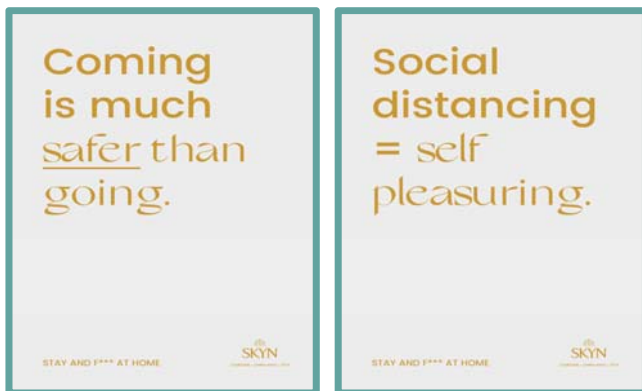
A company asking the companies who provide video calling to do something about people touching their faces.



STAY THE FUCK HOME

Social distancing is key to the crisis

INFORMING



Smart copy by SKYN condoms.

Students are putting Netflix spoilers on Billboards to encourage people to stay home

FILM/TV



Smart move of the students of Miami Ad School, Hamburg.



& a more local example to end with.

SOCIAL COHESION

LET'S BE ALONE TOGETHER

Finding new ways to strengthen social bonding

Bringing people together

Brands can help during these times of loneliness and uncertainty. They can soften the pain of social isolation by keeping people connected, yet physically apart.

Showing we're all in this together

On the other hand, they can show that we're all fighting against the same enemy. This way a feeling of bonding is spread which can give people the strength to go on.



Podcast on how people are finding new ways to connect

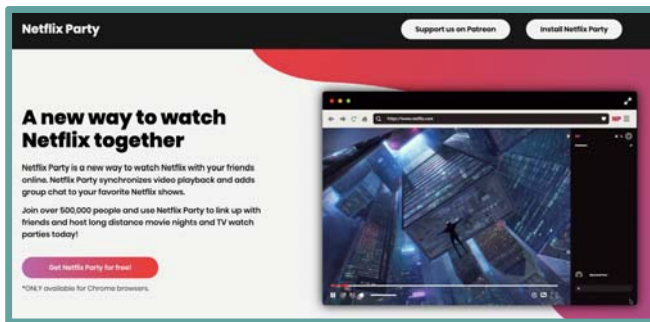


*"Together, without fear"
#Istayhome*

SOCIAL COHESION

BRINGING PEOPLE TOGETHER

Finding new ways to strengthen social bonding



Netflix hacked social isolation through watching it in sync with friends



Hershey's has leveraged its famous 'Hershey's Kisses' with the message – "Spread love from a distance".



Bpost gives the opportunity to send free cards with pictures to your loved ones.



StuBru opened he biggest online café in the country, including live concerts



Chipotle's virtual lunch parties

SOCIAL COHESION

SHOWING WE'RE ALL IN THIS TOGETHER



A ST. PATRICK'S DAY MESSAGE
FROM GUINNESS

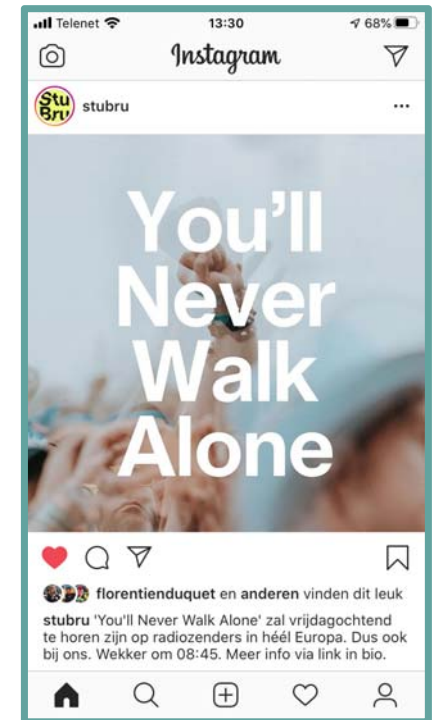
*"We'll March Again" - Guinness
Message posted after St. Patrick's Day suspensions*

THE FOOTAGE YOU ARE ABOUT TO SEE WAS
CAPTURED WHEN WE COULD SPEND TIME OUTSIDE

As imagens que está prestes a ver foram capturadas
numa altura em que podíamos passar o tempo na rua.

"We can't skip hope" - Visit Portugal

*It's time to stop. It's time to take a break, for the good of the world.
In the meantime, we can dream for the great days to come. We're
in this together.*



*Nothing unites us more than music,
183 radio stations all over the world played the
same uplifting song, which connected us all*

LET ME ENTERTAIN YOU

Helping people not getting bored throughout lockdown

LOCKDOWN
LEISURE

How do you spend your time when locked inside the whole day? Cooking, puzzling, gaming, online inspired work-outs are just some of the many booming examples for the moment.

As a brand, we can inspire people with different and productive activities, to make the best out of their own lockdown.

Or, just simply keep the people entertained with relatable, funny content.



All sorts of sport providers are turning online



The turnover of puzzling has become 5 times bigger than before lockdown.

Source: Het Belang Van Limburg

ORGANIZING ACTIVITIES

Fight boredom with new types of leisure

LOCKDOWN
LEISURE



Youth movement online: inspiring kids to stay active and playful, together in a community.



Organizing online events, like these cloud raves where the entertainment businesses livestream DJ-sets, to keep the party going. How could your brand go virtual?



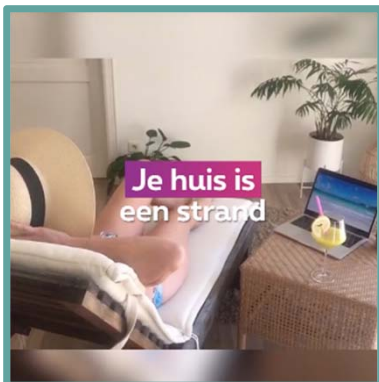
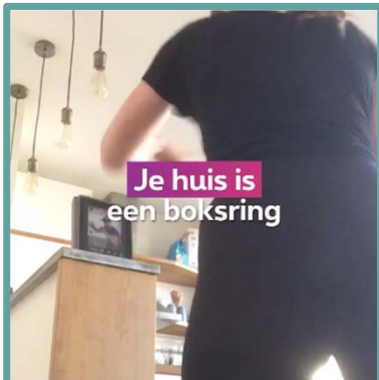
You can now take virtual tours of the NGV's Kaws and Keith Haring exhibitions



Virtual tours in musea, national parcs, stores,...

INSPIRING PEOPLE AT HOME

LOCKDOWN
LEISURE



Konibini makes home great again by letting influencers and celebrities show how they spend their time at home.



Lonely Planet keeps focusing on the needs of the Traveler, even at home. They want to keep them inspired with an e-book filled with movies, music and books.

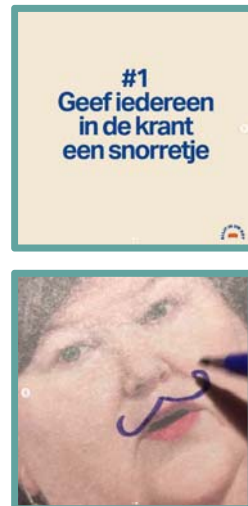
Proximus shows us your house can be whatever you want it to be, and asks people to share what is for them.
#NoLimitsAtHome

LAUGHING IS NOT A CRIME, UNLESS IT'S TONE-DEAF

LOCKDOWN
LEISURE



A popular instagram account with funny inspiration on how to spend your time.



Lockdown bingo by a craft beer brand.



Burger King strikes again!

LACK OF ESSENTIALS

THE TRUE HEROES OF TODAY

Helping people out in the field

Several companies have been taking great actions throughout the last weeks to really help health care providers.

But of course, it doesn't stop with them. It's also important to empower shopkeepers, garbage collectors, postman and people who keep delivering our food.

The more support, the better. Look for places where your brand could help.

Louis Vuitton Owner Making Free Hand Sanitizer, The Only Luxury Good That Matters Right Now



Decathlon stopt verkoop snorkelmasker Easybreath vanwege corona-crisis



AB InBev gaat ontsmettingsgel leveren



had inzetten voor de promotie van boodschappen van algemeen nut en alcoholvrij bier uitdelen aan de gezondheidswerkers.

READ LATER

ARCHIVE

CLOSE

SHARE

Net zoals LVMH meldt AB InBev dat het bedrijf het alcoholoverschot van zijn NA-bieren gaat transformeren tot ontsmettingsgel voor de Europese ziekenhuizen. Het zou gaan om een productie van 50.000 liter en 28.000 gelfflacons die speciaal voor de gelegenheid ontworpen werden. Dezelfde actie ging ook in Brazilië van start. De brouwer gaat ook de OOH-ruimte die hij gereserveerd

Brugs bedrijf schenkt 5.000 bh's weg om er mondkmaskers van te maken: "Uit liefde en bewondering voor onze spoeddiensten"

CORONAVIRUS

Uber Pledges Free Food Delivered To Medical Providers

Tiense suikerfabriek gaat ontsmettingsgel produceren

GOING ONE STEP FURTHER

Helping the people who suffer most from this crisis

THE PEOPLE
WE FORGET



Chef-kok doet oproep om wat extra te koken voor mensen uit de buurt



Être confinée chez soi avec un homme violent est dangereux.

Il est déconseillé de sortir.

Il n'est pas interdit de fuir.

Besoin d'aide ?
Appelez le 3919.

Message traduit d'une campagne des associations féministes italiennes

noustoutes.org

While being so caught up with what everyone is going through, we risk forgetting the people stuck in worse situations than ours.

We need to think further than our own problems of boredom.

WHERE CAN YOUR BRAND MAKE A CHANGE?

INFORMING

**SOCIAL
COHESION**

**LOCKDOWN
LEISURE**

**LACK OF
ESSENTIALS**

**THE PEOPLE
WE FORGET**



FIRE STARTERS

Being meaningful means to keep thinking proactively, trying to innovate and be creative all the time. It is even more important during crucial times like we are living in right now.

These are 5 of our **fire starters** to keep you going.

A person is holding a smartphone, and the screen shows a messaging app interface with various emojis and a keyboard. The background is a soft, out-of-focus blue light.

#1

How can we connect people ?

While we are lonely or far from the people we love, we need to stay connected to them and keep a bit of our pre-corona social life. But there will be a point when we're going to be fed up with our traditional way to connect (Whatsapp, Messenger, skype...).



#2

How to reward people staying home?

“Just staying home” is harder than we all thought and we face a lot of tentations (seeing your lover, grandparents or the crew, enjoying the sun...).

Even if we know the consequences of it,
not seeing it properly make it even harder.



#3

How can we make unpleasant moments entertaining?

Our lives are now full of new unpleasant moments like doing the queue to the grocery, taking our temperature, work/school from home or reading the bad news.

A woman with short brown hair, wearing a red sweater over a patterned scarf, is sitting on a blue cylindrical stool. She is looking towards the camera with a slight smile. In the background, there is a large screen displaying Czech text. The room has a brick wall and colorful geometric shapes on the floor.

#4

And entertainment more inspiring?

Brands' content should represent its values, and it's even more true today.
It should give a positive message and improve people's life.



#5

Could we enable people to use their free time
to discover new things?

Most of us see the opportunity of this free time at home
to do all these things we never had time to do (read/exercise/cook etc).
What if the brands could take it as a chance
to push people out of their comfort zone?

THANK YOU

Editorial team in absolutely no order:

Hugo Battistel (Havas Brussels), Diederick Dekeyzer (Havas Media), Flore Dargent (Havas Media), Maaïke De Wae (Havas Brussels), Alexia Delattre (Havas Media), Maxime Roosens (Havas Media), Werner Van Reck (Havas Brussels), Ruben Ceuppens (Havas Media), Hugues Rey (Havas Media), Marguerite Quentel (Havas Brussels), Alix Joiret (Havas Media), Vanessa Sanctorem (Havas Media)

01/04/19

Brussels