

Metro élargit son offre média avec un nouveau concept

Le 5 décembre, Metro dévoilera, dans la gare d'Anvers, la nouvelle pièce maîtresse de son offre média: la **MetroboX**.

La MetroboX est un stand pop-up modulable, entièrement personnalisable et pouvant être utilisé pour l'organisation d'activations et d'actions originales. Un outil idéal pour les annonceurs qui veulent atteindre un maximum de navetteurs et qui veulent leur offrir une expérience surprenante.

La MetroboX sera utilisée pour la première fois pour une campagne de **Special Olympics**. En collaboration avec Done by Friday, promoteur de la campagne, l'organisation distribuera gratuitement aux passants une «Volunteerbox for Special Olympics» de Bongo. Le but de cette action symbolique est d'attirer des volontaires pour les événements Special Olympics qui ont lieu tout au long de l'année.

Special Olympics est un mouvement international qui offre des sports olympiques toute l'année aux personnes ayant une déficience intellectuelle. À travers le sport, Special Olympics veut améliorer leur confiance en soi, leur santé et leur vie quotidienne. L'organisation lutte pour briser le tabou qui existe encore aujourd'hui autour des personnes présentant un handicap mental afin de mieux les respecter et les valoriser.

L'équipe Metro est fière de pouvoir participer à cette campagne à caractère social en mettant en avant le nouveau MetroboX.

Plus d'informations: Monique Raaffels, Directeur Général, 02/227.93.40 – 0477/62.89.44

Metro est le seul quotidien gratuit en Belgique et atteint chaque jour 713.900 lecteurs enthousiastes. Metro est distribué à l'échelle nationale dans les deux langues (français et néerlandais), grâce à un réseau de distribution efficace: stations de métro, gares, campus, hôpitaux, entreprises, aéroport de Bruxelles et Panos. Le journal compte deux rédactions indépendantes avec des journalistes néerlandophones et francophones. Metro a été lancé le 3 octobre 2000.



Récemment fondé par Sven Boelpaep et Kenny Timmermans, **Done by Friday** est spécialisé dans le soutien et l'expansion des marques. Le développement de chaque campagne créative part d'une stratégie bien fondée. L'agence a vu le jour à Anvers en 2016 et a également ouvert ses portes à Paris et à S-Hertogenbosch.

Vous trouverez plus d'informations ici: www.donebyfriday.be ou www.facebook.com/donebyfridaybelgium

Special Olympics a été fondée aux États-Unis en 1968 par Eunice Kennedy Shriver et compte aujourd'hui 4 millions d'athlètes dans 178 pays.

L'organisation à but non lucratif Special Olympics Belgium a été fondée en 1979. L'organisation est sous le Haut Patronage de Leurs Majestés le Roi et la Reine. Tia Hellebaut et Kevin De Bruyne parrainent l'organisation reconnue par le Comité Olympique Interfédéral Belge. Les Jeux Nationaux de Special Olympics Belgium représentent LE rendez-vous sportif de l'année pour plus de 3400 athlètes ayant un handicap mental. Special Olympics Belgium est également présent à l'international, avec la participation d'athlètes belges aux Jeux Mondiaux d'Été et d'Hiver.

Vous trouverez plus d'informations ici: www.special-olympics.be ou www.facebook.com/SpecialOlympics.be