



Google, Test Achats et MostWanted donnent aux parents les clés de la cybersécurité. Bien se protéger sur le Net, c'est Cybersimple.be.

Bruxelles, le 23 septembre 2019 – Troisième édition de l'opération Cybersimple.be. Une campagne de prévention à la sécurité en ligne signée Google Belgium et Test Achats. Orchestrée à 360 degrés par MostWanted.



2017 : Cybersimple.be, incarné par la famille Piksel

Les efforts de Google en matière de prévention et sécurité sur internet sont reconnus aux quatre coins du monde. En 2017, la division belge souhaite, avec la complicité de Test Achats, mener une vaste campagne locale de sensibilisation et met en compétition plusieurs grandes agences de communication.

« *Nos chances sont alors proches de zéro* », confie Vincent Jadot, CEO de MostWanted & Chef de projet. « *Nous sommes face à de très gros concurrents. Nous déployons alors nos meilleurs atouts créatifs.* » Ex nihilo, l'agence bruxelloise invente la famille Piksel, déclinable sur l'ensemble des écrans. Une idée qui séduit Google Belgique et le début d'une collaboration intense, primée en 2017 en Estonie par le 3^{ème} Prix européen de la prévention de la criminalité. En 2018, la famille Piksel évolue en Cyber Héros.

2019 : donner les clés de la cybersécurité aux parents

Le 30 septembre 2019 démarre la 3^{ème} mise à jour de l'initiative **Cybersimple.be**. Une édition d'une plus grande envergure encore. Par sa taille d'abord, mais aussi sa nature omnichannel et sa cohérence entre l'ensemble des supports. Ensuite, parce qu'elle insiste sur le rôle central des parents comme acteurs dans les problématiques de cybersécurité : sites web, réseaux sociaux, newsletters, hameçonnage (phishing) et applications malveillantes (malwares).



Pour l'occasion, le site web cybersimple.be est à la fois revu, enrichi et modernisé, autour de trois thématiques principales :

- 1** **Interland** : un jeu en ligne pour apprendre la sécurité en ligne aux enfants de manière amusante.
- 2** **Ateliers** : des workshops entièrement gratuits à l'attention des parents (agenda en ligne sur le site).
- 3** **Quiz** : une formule aussi ludique que Quizup à destination des parents et destinée à certifier leurs compétences et connaissances en matière de cybersécurité.

« C'est une campagne résolument 360 degrés et c'est cela qui nous motive cette année plus que jamais. Nous avons cette année déployé 4 types de visuels, des vidéos Youtube largement diffusées et de l'affichage (OOH) », précise Cédric Danaux, Art Director & Co-Founder de MostWanted.



Une campagne largement soutenue en Belgique

La campagne 2019 est le résultat d'un travail de longue haleine, où chaque acteur remplit un rôle fondamental et complémentaire. Alliés à la puissance de Google dans sa volonté de sensibiliser la Belgique à la sécurité en ligne, les experts de Test Achats (et notamment du cahier Test Connect) rédigent et certifient des contenus sûrs et précis, à destination des familles belges.

« C'est cela qui rend l'initiative passionnante pour nous », conclut Vincent Jadot. « D'abord, par l'ampleur de cette campagne, qui nous a permis de partir d'une feuille blanche pour arriver à un résultat entièrement 360 degrés. Ensuite, par la confiance accordée depuis 2017 par de grands partenaires comme Google et Test Achats. »

Un effort collectif salué par les partenaires et soutiens de l'opération, cette année encore : Police Fédérale, Child Focus, Service Public Fédéral Intérieur, Centre For Cyber Security Belgium, ECC-Net et Bibliothèques sans frontières.

Résultats à découvrir sur tous les écrans dès le 23 septembre et via le site web www.cybersimple.be.

À propos de MostWanted

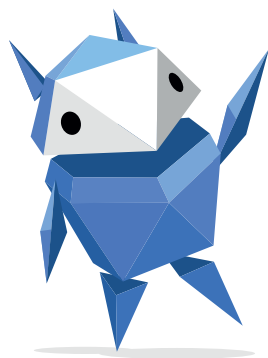
MostWanted est une agence créative digitale. Notre éventail complet de services se distingue par une utilisation rationnelle et créative des canaux digitaux pour la réalisation d'expériences connectées impactantes.

L'enseigne compte à ce jour plus d'une trentaine de clients réguliers dont Disney, Club Med, IBA, Mercedes-Benz, Sodexo, Test Achats, VOO et plusieurs agences de communication belges.

MostWanted a été fondée en 2009 par Vincent Jadot et Cédric Danaux. L'entreprise emploie aujourd'hui 12 collaborateurs à Bruxelles. Pour plus d'informations, consultez MostWanted.



MOSTWANTED[®]
digital



Contact

Demandes d'interview : press@mw-a.net

Vincent Jadot – Managing Director & Co-founder

Tél : 02 344 20 44

Email : vincent@mw-a.net

Web : www.mostwanted-agency.net



Google, Test Aankoop en MostWanted geven de sleutels voor cyberveiligheid aan de ouders. U goed beschermen op het web? Dat is Cybersimpel.be!

Brussel, 23 september 2019 – Derde editie van de operatie Cybersimpel.be, een preventiecampagne rond onlineveiligheid op initiatief van Google Belgium en Test Aankoop. Een allesomvattende campagne verzorgd door MostWanted.



2017 : Cybersimpel.be komt tot leven dankzij de familie Piksel

De inspanningen van Google op vlak van preventie en veiligheid op het net worden wereldwijd erkend. In 2017 wil de Belgische afdeling, in samenwerking met Test Aankoop, een grootschalige, lokale sensibiliseringscampagne voeren en laat ze enkele grote communicatiebureaus met elkaar concurreren.

« *Onze kansen waren toen zo goed als nihil* », vertrouwt Vincent Jadot, CEO van MostWanted & Projectleider, ons toe. « *We stonden tegenover zeer grote concurrenten. Daarom zetten we onze grootste creatieve troeven in* ». Uit het niets brengt het Brusselse agentschap de familie Piksel tot leven, die kan worden ingezet op alle schermen. Dit idee verleidt Google Belgium en mondt uit in een nauwe samenwerking die in 2017 in Estland wordt bekroond met de 3^e Europese prijs voor Criminaliteitspreventie. In 2018 evolueert de familie Piksel tot de Cyber Helden.

2019 : geef ouders de sleutels voor cyberveiligheid

Op 30 september 2019 gaat de 3e update van het initiatief cybersimpel.be van start. Een editie die nog grootser wordt. In de eerste plaats door haar omvang, maar ook door het omnichannel-karakter en de coherentie tussen de verschillende media. Bovendien legt ze de nadruk op de centrale rol die ouders spelen wanneer het gaat om problemen met cyberveiligheid, zoals veilig surfen, sociale netwerken, phishing en malware.



Voor de gelegenheid werd de website cybersimpel.be herzien, aangevuld en geüpdatet rond drie hoofdthema's:

- 1 Interland:** een onlinespel om kinderen spelenderwijs iets bij te leren over onlineveiligheid.
- 2 Workshops:** volledig gratis workshops voor ouders (agenda online op de site).
- 3 Quiz:** een formule die bijna identiek is aan Quizup, bestemd voor de ouders om hun vaardigheden en kennis op vlak van cyberveiligheid te toetse.

« Het is een resoluut allesomvattende campagne en dat is wat ons dit jaar meer dan ooit motiveert. We zetten dit jaar 4 soorten visuals in, wijdverspreide Youtube-video's en posters (OOH) », preciseert Cédric Danaux, Art Director & Medeoprichter van MostWanted.



Een breed gedragen campagne in België

De campagne 2019 is het resultaat van een lang proces waarin elke speler een belangrijke en aanvullende rol speelt. In combinatie met de kracht van Google in zijn streven om België bewuster te maken op vlak van onlineveiligheid, schrijven en certificeren de experts van Test Aankoop (en in het bijzonder van Test Connect) veilige en accurate inhoud voor Belgische gezinnen.

« Dit is wat het initiatief spannend maakt voor ons », besluit Vincent Jadot. « Ten eerste de omvang van deze campagne, die ons in staat stelde om van een blanco blad te beginnen om tot een allesomvattend resultaat te komen. En ten tweede het vertrouwen dat we al sinds 2017 genieten van grote partners, zoals Google en Test Aankoop ».

Een collectieve inspanning die ook dit jaar weer door de partners en ondersteuners van de operatie wordt toegejuicht: de Federale Politie, Child Focus, de Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken, het Centrum voor Cybersecurity België, het Netwerk van Europese Consumenten Centra en Bibliotheken zonder grenzen.

De resultaten kunt u ontdekken op alle schermen vanaf 23 september en via de website www.cybersimpel.be.

Over MostWanted

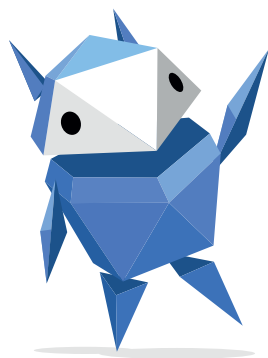
MostWanted is een digitaal creatief bureau. Ons ruime dienstenpakket onderscheidt zich door een rationeel en creatief gebruik van de digitale kanalen voor de realisatie van impactvolle online-ervaringen.

Het merk telt momenteel meer dan dertig vaste klanten, waaronder Disney, Club Med, IBA, Mercedes-Benz, Sodexo, Test Aankoop, VOO en verschillende Belgische communicatiebureaus.

MostWanted werd in 2009 opgericht door Vincent Jadot en Cédric Danaux. De onderneming stelt vandaag 12 medewerkers tewerk in Brussel. Voor meer informatie, raadpleeg MostWanted.



MOSTWANTED[®]
digital



Contactpersonen

Aanvragen interviews: press@mw-a.net

Vincent Jadot – Managing Director & Co-founder

Tél : 02 344 20 44

Email: vincent@mw-a.net

Web: www.mostwanted-agency.net