

Communiquer, c'est faire de la pub.

Bruxelles, le 26 octobre 2005. L'ACC (Association of Communication Companies), l'association qui veille à la promotion des agences de communication, lance cette semaine, en collaboration avec la régie Scripta, une campagne ludique dans la presse quotidienne qui a pour but de démontrer l'importance de la publicité au grand public.

La publicité est partout. A la télévision, dans les journaux, sur Internet, au cinéma et maintenant aussi sur gsm. Logique que la publicité provoque souvent l'énervement. C'est pourquoi, leurs créateurs portent fréquemment le nom de 'publicitaires'. Il y a pas mal de gens qui rêvent d'un monde sans publicité ennuyeuse.

'Ce n'est pas vrai' dit Stéphane Buisseret', porte-parole du groupe de travail advertising de l'ACC. 'La publicité est quelque chose de très naturel. Évidemment, il existe de la pub moins sympa et même carrément irritante. Mais quand la pub est bien faite, elle peut apporter un plus dans la vie quotidienne.'

Stéphane Buisseret : 'Nous voulons avec cette campagne éliminer un tas de préjugés autour de la pub. La publicité fait partie intégrante de notre société. Finalement, tout le monde fait de la pub: quand vous postulez pour un job, vous vous montrez sous votre meilleur jour. Et vous devrez réfléchir aux points (usp's) que vous allez mettre en avant. D'une certaine manière il faudra vous vendre un peu. C'est ce que par exemple font aussi les organisations sans but lucratif pour récolter des dons ou un parti politique pour répandre ses idées.'

La campagne veut démontrer de façon ludique que la publicité est utile: quand vous voulez vendre votre voiture, quand vous voulez draguer une fille, ou même quand vous cherchez une femme de ménage.

Stéphane Buisseret : 'Tous les jours les gens se servent inconsciemment des techniques publicitaires pour: trouver acquéreur, avoir des informations, convaincre quelqu'un, séduire quelqu'un, et la liste est encore longue.'

Une des agences de publicité de l'ACC s'est lancée dans la création avec cette idée de base. Elle a utilisé des petites annonces déjà existantes dans les journaux et en a fait de très bonnes annonces (voir pdf en annexe). Ainsi elle démontre que la pub fait partie de la vie quotidienne.

'Et là, la communication prend toute son importance', dit Stéphane Buisseret.

La campagne paraîtra à partir du lundi 31 octobre dans La Dernière Heure, De Gentenaar, Het Nieuwsblad et Het Volk.

Bon à savoir

La campagne a été réalisée par Euro RSCG, une des 62 agences de communication professionnelles membres de l'ACC.

L'ACC est une association regroupant les agences de communication professionnelles ayant pour but la promotion de leur métier.

Contact

Pour plus d'informations sur la campagne, adressez-vous à Stéphane Buisseret (FR) ou Johan Vandepoel (NL)

Stephane Buisseret
Leo Burnett
Tel: +32 (0)2 775 65 40
Mobile: + 32 (0)475 431 439

Johan Vandepoel
VVL/BBDO
Tel: +32 (0)2 421 22 00
Mobile: + 32 (0)486 259 259

Pour plus d'informations sur l'ACC, adressez-vous à Walter Bronselaer, executive director de l' ACC.

Walter Bronselaer
ACC
Tel: +32 (0) 740 07 18
Mobile: +32 (0)475 832 973