

Communiceren is reclame maken.

Brussel, 21 oktober 2005. De ACC (Association of Communication Companies), de vakvereniging van communicatiebureaus die het communicatievak promoot, in samenwerking met de regie Scripta, start deze week met een ludieke krantencampagne die het belang van reclame wil duidelijk maken aan het grote publiek.

Reclame is overal. Op de televisie, in de krant, op het internet, in de bioscoop en nu ook al op je mobiele telefoon. Logisch dat reclame vaak irritatie opwekt. De makers ervan worden daarom vaak smalend 'reclamejongens' genoemd. Er zijn aardig wat mensen die luidop dromen van een wereld zonder vervelende reclame en snelle reclamejongens.

"Da 's niet terecht", weet Stéphane Buisseret, woordvoerder van de werkgroep advertising van de ACC. Reclame is iets heel natuurlijk. Uiteraard is er minder prettige en zelfs ronduit irritante reclame. Maar goed gemaakte reclame is wél relevant in ons dagelijkse leven."

Buisseret: "We willen met deze campagne een aantal vooroordelen ten opzichte van reclame wegnemen. Reclame maakt wezenlijk deel uit van onze maatschappij. Uiteindelijk maakt iedereen reclame : als je voor een nieuwe job gaat solliciteren bijvoorbeeld, zal je jezelf van je best kant laten zien. Je moet dan nadenken over de punten (usp's) die je naar voor zal schuiven. Eigenlijk moet je jezelf een beetje verkopen. Dat doet bijvoorbeeld ook een non profit organisatie die fondsen werft of een politieke partij die haar gedachtegoed verspreidt."

De campagne wil op een ludieke manier aantonen dat reclame je goed van pas komt: als je je auto wil verkopen, als je een meisje wil versieren of zelfs als je een poetsvrouw zoekt. Buisseret: "Mensen maken elke dag onbewust gebruik van reclametechnieken:

om iets aan de man te brengen, om informatie te vergaren, om iemand te overtuigen, om iemand te verleiden, en ga zo maar door."

Eén van de reclamebureaus van de ACC is met dit eenvoudige uitgangspunt aan de slag gegaan. Het heeft bestaande zoekertjes uit kranten gebruikt en daar echte goeie advertenties van gemaakt (zie pdf in bijlage). Zo willen ze aantonen dat reclame deel uitmaakt van het leven van elke dag. "En daarin neemt communicatie een belangrijke plaats in", weet Buisseret.

De campagne verschijnt vanaf maandag 31/10 in De Gentenaar, Het Nieuwsblad, Het Volk, La Dernière Heure.

Goed om weten

De campagne werd uitgewerkt door Euro RSCG, één van de 62 professionele communicatiebureaus die bij de ACC zijn aangesloten.

De ACC is een vakvereniging van professionele reclamebureaus die als doel heeft om het reclame- en communicatievak te promoten.

Contact

Voor meer informatie over de campagne kan u terecht bij Stephane Buisseret (FR) of 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

Voor meer informatie over de ACC kan u terecht bij Walter Bronselaer, de executive director van de ACC.

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