



Communiqué de presse
Septembre 2006

Luc De Leersnyder CEO d'une ACC plus simple et efficace.

En ce début septembre, l'ACC - Association of Communication Companies - regroupant la majorité des agences de communication belges, présente sa nouvelle structure qui se veut plus simple et plus efficace que par le passé.

L'association sera regroupée autour de 2 entités :

- 1) **Le Conseil d'Administration** : représenté par les administrateurs issus des différents métiers de la communication et dont la tâche sera de valider la stratégie et les initiatives proposées par le Comité Exécutif. Le CA se réunira 3 fois par an autour de son président Jan Van Aken.
- 2) **Le Comité Exécutif (ExCo)** sera le bras armé du CA, composé de membres très actifs et dont la tâche sera de proposer et d'exécuter des actions concrètes autour d'un plan de promotion et défense du métier de la communication. La composition de l'ExCo représentera également les différentes facettes du secteur, se réunira chaque mois et répartira les actions concrètes dans les Cross Expert Centres et Expert Centres qu'il pilotera. Les Expert Centres s'occupent des dossiers spécifiques à leur métier (advertising, direct marketing, brand activation et e-marketing), les Cross Expert Centres traitent les dossiers communs aux différentes disciplines (p.ex.: compétitions, ROI, consommateur, rémunération, recherche, awards, etc.). Ces Expert Centres seront également l'occasion d'impliquer plus en amont de nouveaux intervenants et ainsi d'élargir le groupe actifs à la nouvelle génération des communicateurs.

Luc De Leersnyder en tant que CEO chapeautera le Comité Exécutif et présentera les plans pour approbation au CA. Il sera secondé dans sa tâche par Lena Vyncke, Directrice permanente de l'ACC.

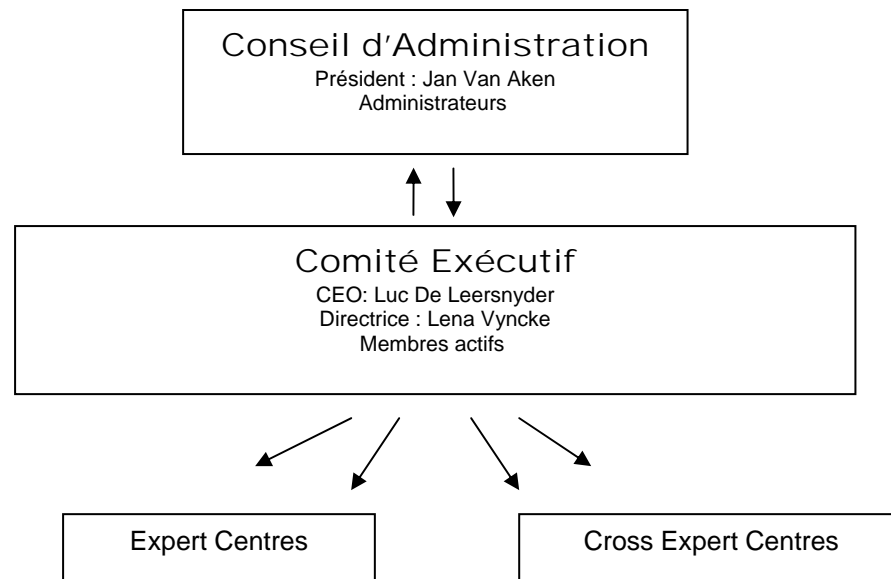
Jan Van Aken, actuel président ACC : *« Notre métier évolue sans cesse regroupant des activités de plus en plus nombreuses et complexes. Notre objectif est de promouvoir et de défendre l'ensemble des activités de notre secteur en représentant les intérêts de nos membres. L'association a besoin aujourd'hui d'une structure permanente plus forte et d'un porte-parole crédible et disponible. Luc a une grande expérience des différents métiers de la communication et jouit d'une réputation indiscutable auprès des différents acteurs de la communication aussi bien les annonceurs que les médias voire le gouvernement. Lena a plus de 25 ans d'expérience en agences. Récemment encore Client Service Director chez*

Lowe, sa réputation n'est plus à faire. Elle assistera Luc dans sa tâche et s'occupera du suivi quotidien des dossiers.

Le Comité Exécutif sera composé de représentants des différents métiers de la communication et jouera un rôle dans l'exécution des actions et des objectifs de l'association tout en aidant Luc dans la détermination des moyens et des équipes à mettre en place pour les atteindre. Le plan proposé par le Comité Exécutif sera soumis au vote du CA dont je reste président. L'ACC se voit dotée d'une structure permanente plus pro-active.»

Dans l'ancienne structure la plupart des fonctions étaient occupées par des directeurs d'agences qui, bien souvent, ne disposaient pas de temps suffisant pour coordonner l'ensemble des dossiers et les mener à bien. De même l'ACC était divisée par métiers regroupés en centres d'expertise et n'agissait pas toujours de concert avec les autres métiers. Cette structure centralisée autour d'un comité actif et validé par un CA, permet à la fois à son CEO de se concentrer plus en profondeur sur les actions tout en garantissant la représentativité des spécificités du secteur.

Luc De Leersnyder, CEO ACC : *« La passion est le moteur de notre secteur. J'ai rencontré plusieurs membres de l'ACC et j'y ai trouvé une passion intacte et bien réelle. Développer des projets dans le métier que j'ai toujours exercé et avec des gens motivés, voilà ce qui m'a séduit. La communication se complexifie et fait face à des challenges passionnants mais aux enjeux importants ; que ce soit au niveau de la régulation qui s'intensifie, au niveau des technologies ou encore au niveau du paysage audiovisuel. Le secteur doit se regrouper et mieux s'organiser pour aborder l'avenir de manière responsable tout en défendant ses intérêts. Avec ma connaissance du métier, du temps dont je dispose et épaulé d'un Comité Exécutif solide, nous pouvons faire de belles choses en impliquant également les jeunes au travers des Cross Expert Centres et Expert Centres.»*



L'ACC tient à remercier vivement Walter Bronselaer pour son aide et sa dévotion à l'ACC au cours de ces 12 dernières années.

Plus au sujet de Luc De Leersnyder

Luc est une personnalité bien connue du monde de la communication. Il a commencé sa carrière chez Procter&Gamble et est passé de là dans le monde des agences. Il a dirigé Y&R pendant de nombreuses années en Belgique, puis en Europe. Luc a également dirigé VTM et plus récemment Publicis.

Luc, ayant travaillé pour l'annonceur, les agences et les médias, possède les atouts indiscutables dans l'optique de ce nouveau challenge.

Plus au sujet de Lena Vyncke

Forte de 25 années de communication, Lena a travaillé pour les plus importantes agences du Royaume (BDDP, Leo Burnett et Lowe) et les marques les plus prestigieuses en through-the-line : McDonald's et la Loterie Nationale pour n'en citer que quelques-unes. Enthousiaste et passionnée Lena est une jusqu'au-boutiste.

Plus au sujet de l'ACC

Un des fondements de notre société moderne est la liberté de choix parmi un large éventail de produits et de services. Pour la survie des produits, des marques et des entreprises, la communication est une obligation. Sans communication, les produits et les services n'obtiennent aucune attention et, par conséquent, aucune chance de succès. Une stratégie longuement considérée, une image forte et une campagne créative sont autant de valeurs supplémentaires pour une marque lui permettant de séduire le consommateur et donc de survivre et se développer sur les marchés à forte concurrence.

La publicité au service des entreprises ainsi que son impact sur l'économie font partie de l'environnement culturel et social de chacun. Par conséquent elle doit être non seulement responsable et honnête mais également efficace et créative. En Belgique, pour défendre ces principes, les agences en communication ont joint leurs forces au sein d'une association nationale et commerciale : l'ACC (l'Association des Agences en Communication).

Elle regroupe presque toutes les agences que compte le pays, des multinationales aux plus petites structures. Des agences actives dans tous les secteurs de la communication : above, médias, marketing-direct, activation de marque, e-marketing... Ensemble, ces agences représentent environ 75 pour cent de la publicité nationale, régionale et locale. Les membres sont élus parmi la commission d'agences les plus professionnelles du pays. Les candidats subissent un examen et sont retenus en fonction de leurs capacités professionnelles, leur intégrité financière et leur éthique des affaires.

L'adhésion à l'ACC est une reconnaissance professionnelle pour une agence en communication.

Visitez également notre site Web : www.accbelgium

Contacts

Pour plus d'information, vous pouvez contacter :

Jan Van Aken/Ogilvy & Mather, Président de l'ACC,

Tél : 02/ 545 66 39

e-mail : jan.vanaken@ogilvy.com

ACC : Bd Brand Whitlock 152, 1200 Bruxelles, Tél. 02 740 07 18.

Luc De Leersnyder, CEO Comité Exécutif de l'ACC

e-mail : luc.dele@online.be ou luc.dl@accbelgium.be

Lena Vyncke, Directrice Comité Exécutif de l'ACC

e-mail : lana.v@accbelgium.be