



**Persbericht**  
September 2006

## **Luc De Leersnyder, CEO van een nieuw en efficiënter ACC.**

Begin september, stelt de ACC – Association of Communication Companies – de vakvereniging die de meerderheid van de Belgische communicatie agentschappen vertegenwoordigt, zijn nieuwe structuur voor die tegelijk eenvoudiger en doeltreffender wil zijn dan in het verleden.

De **Raad van het Bestuur** enerzijds en het **Uitvoerend Comité** anderzijds vormen de ruggengraat van de associatie:

- De Raad van Bestuur bestaat uit mensen van de verschillende communicatie disciplines en heeft als belangrijke taak de strategie en de initiatieven goed te keuren die door het Uitvoerend Comité voorgesteld worden. De Raad van Bestuur komt in principe 3 maal per jaar samen en wordt voorgezeten door Jan Van Aken, Voorzitter van de ACC.
- Het Uitvoerend Comité (Executive Committee - ExCo) bestaat uit actieve ACC leden die de motor van de Raad van Bestuur zijn. De belangrijkste taak van dit Comité zal erin bestaan een Jaarplan op te stellen voor de promotie en de verdediging van het communicatievak en concrete acties voor te stellen en uit te voeren. Dit Comité zal eveneens de verschillende communicatie disciplines vertegenwoordigen en komt elke maand samen. Van hieruit worden ook de Expert Centres en de Cross Expert Centres aangestuurd. De Expert Centres behandelen de specifieke dossier eigen aan hun vakgebied (advertising, DM, Brand Activation en e-Marketing) en de Cross Expert Centers houden zich bezig met dossiers die alle vakgebieden aangaan (bvb: competities, ROI, consument, research, remuneratie, awards, enz. ). Voor deze Centres zoekt ACC nieuw bloed om zo de nieuwe generatie communicatie professionals actief te laten participeren.

Luc De Leersnyder, CEO zal het Uitvoerend Comité voorzitten en het Jaarplan ter goedkeuring aan de Raad van Bestuur voorleggen. Hij wordt bijgestaan door Lena Vyncke, directrice van de ACC.

Jan Van Aken, de actuele Voorzitter van de ACC:

*“Ons vak evolueert voortdurend met steeds meer en complexe vormen van communicatie. Onze missie is de communicatie sector te promoten en te verdedigen in het belang van onze leden. Onze vakvereniging heeft vandaag nood aan een sterkere permanente structuur en aan een geloofwaardige woordvoerder. Luc heeft ervaring te over in de verschillende communicatie disciplines en heeft een uitstekende reputatie zowel bij adverteerders als bij agentschappen, media en zelfs bij de overheid.*”

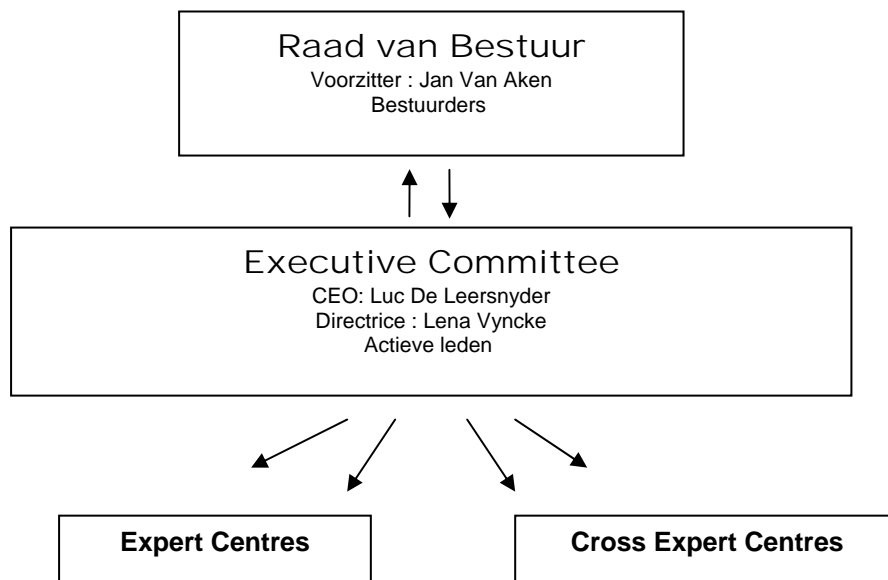
*Lena heeft meer dan 25 jaar ervaring in agentschappen, tot voor kort nog was zij Client Service Director bij Lowe. Zij zal de rechterhand zijn van Luc en zal zich bezighouden met de dagelijkse opvolging van de dossiers.*

*Het Comité zal samengesteld worden uit vertegenwoordigers van de verschillende communicatie disciplines en zal de drijvende kracht zijn in de realisatie van de doelstellingen en de initiatieven van de associatie en zal Luc assisteren in het bepalen van de middelen en het vormen van de groepen om deze te realiseren. Het Jaarplan zal door het Comité ter goedkeuring worden voorgelegd aan de Raad van Bestuur waarvan ik op dit ogenblik nog Voorzitter ben."*

In de vroegere structuur werden de meeste taken ingevuld door directeurs van agentschappen die dikwijls onvoldoende tijd hadden om de vele dossiers te coördineren en deze tot een goed einde te brengen. Zo was de ACC opgedeeld in verschillende Expert Centres die niet altijd in eenklank waren met de andere disciplines. De nieuwe structuur, gecentraliseerd rond het Comité en gesteund door de Raad van Bestuur, laat de CEO toe zich te concentreren op de verschillende initiatieven met respect voor de specifieke kenmerken van de verschillende communicatie disciplines.

Luc De Leersnyder, CEO van de ACC:

*"Passie is de drijfveer van ons vak. Ik heb verschillende ACC-leden ontmoet en heb daar een absolute en onaangetaste passie gevoeld. Met gemotiveerde mensen projecten ontwikkelen heeft me overhaald. Marketing communicatie wordt alsmat complexer en staat voor grote uitdagingen. Dit op gebied van : een sterker wordende regelgeving, nieuwe technologieën en een wijzigend medialandschap. De sector moet de rangen sluiten en zich organiseren om zowel zijn verantwoordelijkheden op te nemen als om zijn belangen te verdedigen. Met mijn kennis en ervaring van het vak en met de steun van een sterk Comité, kunnen we ingrijpende dingen doen. Zeker indien we erin slagen jonge mensen te impliceren in de (Cross) Expert Centres."*



De ACC wenst ook Walter Bronselaer van harte te danken voor zijn inzet voor de associatie de voorbije 12 jaar.

### Over Luc De Leersnyder

Luc is geen onbekende in het communicatievak. Hij begon zijn loopbaan bij P&G en kwam daarna terecht in de bureauwereld. Gedurende vele jaren stond hij aan het hoofd van Y&R, eerst in België en daarna in Europa. Luc heeft ook VTM geleid en recent nog Publicis. Het feit dat Luc zowel voor adverteerder, agentschappen als media heeft gewerkt is een onbetwistbare troef in deze nieuwe uitdaging.

### Over Lena Vyncke

Lena heeft 25 jaar ervaring in de communicatiewereld. Zij heeft in belangrijke agentschappen gewerkt (BDDP, Leo Burnett en Lowe) voor grote merken zoals McDonald's en de Nationale Loterij. Met Euromillions won ze dit jaar nog een Gold EFFIE. Zij is vooral een "doener" en geeft niet vlug op.

### Over ACC

In de samenleving van vandaag is de vrije keuze tussen vele producten en diensten één van de basiswaarden. Maar zonder communicatie kunnen producten, merken en bedrijven niet overleven. Zonder communicatie krijgen producten en diensten geen aandacht en maken ze weinig kans om succesvol te zijn. Een doordachte strategie, een sterk imago en een creatieve campagne zijn een toegevoegde waarde voor een merk en maken het mogelijk om de consument voor zich te winnen en zo te overleven en te groeien in een steeds meer competitieve markt.

Marketing communicatie ten dienste van bedrijven en de economie maakt deel uit van onze culturele en sociale omgeving. Daarom moet die communicatie niet alleen verantwoord en eerlijk zijn maar ook creatief en efficiënt. Om die principes te verdedigen hebben de communicatie agentschappen in België zich verenigd in de nationale vakvereniging: de Association of Communication Agencies (ACC).

Bijna alle agentschappen maken er deel van uit, zowel grote, multinationale als kleine en middelgrote agentschappen. Agentschappen actief in verschillende communicatie disciplines: reclame, media, direct marketing, brand activation, e-marketing. Samen zijn zij goed voor ongeveer 75 % van de nationale, regionale en lokale reclamebestedingen die via agentschappen worden geplaatst. De leden moeten voldoen aan strikte professionele, financiële en ethische criteria.

Lidmaatschap van de ACC is een professionele erkenning voor een communicatie agentschap.

Meer op onze website: [www.accbelgium.be](http://www.accbelgium.be)

### **Contact**

Voor meer informatie over de ACC kan u terecht bij :

Jan Van Aken/Ogilvy & Mather, President van de ACC,  
Tel : 02/ 545 66 39  
e-mail : [jan.vanaken@ogilvy.com](mailto:jan.vanaken@ogilvy.com)

[ACC kantoor, Brand Whitlocklaan 152, 1200 Brussel, tel. 02 740 07 18](http://www.accbelgium.be)

Luc De Leersnyder, CEO Uitvoerend Comité ACC  
e-mail : [luc.dele@online.be](mailto:luc.dele@online.be) of [luc.dl@accbelgium.be](mailto:luc.dl@accbelgium.be)

Lena Vyncke, Directrice Uitvoerend Comité ACC  
e-mail : [lena.v@accbelgium.be](mailto:lena.v@accbelgium.be)