

Websites

Virtual strike hits the world

In Frankrijk, de UK, de VS en zelfs in Japan heeft iedereen het over de virtuele staking die de ACC begin dit jaar organiseerde, in samenwerking met Famous die de actie gestalte gaf. David Lubars, chairman van BBDO North America, stuurde het bureau een hartverwarmende boodschap: "We hebben jullie virtuele staking hier in de Verenigde Staten met veel interesse gevolgd en hopen dat de resultaten de verwachtingen waarmaken." Bill Bungay, oprichter van Beattie McGuinness Bungay London, hoopt dat de Britse bureaus het initiatief zouden volgen: "Ik vind dit briljant! Ik denk dat we hetzelfde moeten doen hier in de UK." Ook de reactie van Toshia Kono, CD van Hakuhodo, willen we u niet onthouden: "Het probleem is wereldwijd. Ik heb respect voor de moed van de Belgische bureaus, hier zouden we zo'n actie nooit durven voeren." Zelfs de Britse vereniging IPA, die zo'n 260 bureaus groepeerde, heeft de ACC gefeliciteerd. De IPA ging zelfs zover dat ze openlijk de actie van de Belgische collega's steunde, en gaf te kennen dat ze op dit ogenblik een studie voert om de reële kosten van pitches voor de bureaus te evalueren. Hamish Pringle, directeur van de vereniging: "De Belgische virtuele staking brengt de eeuwige doorn aan de burea kant weer in het nieuws, en dat komt precies op tijd, in deze economische recessie waar we nog steeds niet uit zijn. Niet alleen is te veel agentschappen vragen om aan een review mee te doen een groot verlies aan

Dear visitor,

As you can see, we have replaced our regular website with this letter. It's going to stay up one week to express our...

continue reading at www.ogilvy.be

page 1/25 support this on   

THE VIRTUAL STRIKE is an initiative of ACC.

brief van de ACC. Onderaan de pagina was er een button die automatisch doorschakelde naar een ander deelnemend bureau, waarop weer een stuk van de brief was gepubliceerd. Deze is in zijn geheel te lezen op mm.be. De ACC hoopt dat deze symbolische actie de adverteerders eindelijk bewust zal maken van het probleem van speculatieve competities. Bovendien hoopt ze dat ze hen ertoe zal aanzetten hun competities te vervangen door procedures met innoverende, creatieve en zinvolle richtlijnen, die de belangen van alle actoren respecteren. In totaal deed 80% van de leden-bureaus mee aan de actie.

Client: ACC. **Agency:** Famous. **CD:** Tim Driesen, Joeri Van Den Broeck, Christophe Ghewy. **Creation:** Stijn Jansen, Bram Ceuppens. **Project management:** Bart Segers. **Strategy:** Jonathan Detavernier. **Design:** Stijn Pauwels. **Development:** Pieter Nijls, Valentijn Steenhoudt. **Media:** Websites.



3%
jaarlijks,
3 jaar lang

kies voor
stabiliteit

De financiële wereld is al een hele tijd labiel. En ook al zijn de intencies zijn nu langzaam te herstellen, voor u dit artikel leest is het alweer een tijdje voorbij. Maar hoe kan u er zeker van zijn dat u de toekomstige markt bewegingen en risico's moet kennen. AXA heeft het antwoord. Het is de wereldwijde samenwerking van AXA met u voor deze stabiliteit. Het is de wereldwijde samenwerking van AXA met u voor deze stabiliteit. Het is de wereldwijde samenwerking van AXA met u voor deze stabiliteit. Het is de wereldwijde samenwerking van AXA met u voor deze stabiliteit.

termijnrekening certificaat

sparen anders bekeken

AXA

Client: AXA Belgium.
Agency: DG Antwerp.
Account Team: Inez De Pooter, Dimitri Mundoff.
CD: Geoffrey Hantson.
Copy: Dieter De Ridder.
AD: Ad Van Ongeval.
Photographer: René Clohse.
Media: Dailies.



Client: Gazet van Antwerpen.
Agency: DG Antwerp.
Account: Inez De Pooter.
CD: Geoffrey Hantson.
Copy: Henry Scott.
AD: Katrien Muller.
Media: Tram.