



INTEGRAAL

INTEGRAAL : A la recherche de la communication intégrée

Paris, le 20 février 2013 - L'AACC, le Club des Annonceurs et l'UDECAM sont heureux d'annoncer le lancement d'INTEGRAAL. A l'initiative d'Andréa STILLACCI, Président de la délégation Publicité de l'AACC, INTEGRAAL traduit la volonté tripartite de construire une communication de marque toujours plus efficace. **Principe : des rendez-vous pour plonger au cœur des meilleures expériences internationales de communication intégrée, pour partager, disséquer, comprendre et s'inspirer.**

La communication intégrée est aujourd'hui considérée comme la pratique la plus performante qu'une marque puisse déployer pour atteindre ses publics. Elle alimente, adapte le flux des contenus à tous les points de contact et induit une nouvelle forme de relation agences-conseil/agences-media/annonceurs autour de la co-création. Des principes qu'INTEGRAAL se propose d'illustrer.

Première étape de ce parcours initiative le 1 mars au Laboratoire*, INTEGRAAL reçoit les deux DC de Wieden & Kennedy Amsterdam : Eric Quennoy et Mark Bernath ! Ces créatifs unanimement reconnus (Cannes, Eurobest...) sont les auteurs de campagnes retentissantes orchestrées pour NIKE ou encore HEINEKEN.

Sur l'ambition de tels rendez-vous, les acteurs du projet répondent d'une seule voix : *"INTEGRAAL est plus qu'un simple événement de la profession, c'est affirmer une conviction partagée : il est important de mobiliser les parties prenantes, d'instaurer un partage d'expériences sur le sujet et sensibiliser au regard des meilleurs cas internationaux pour mieux rebondir.*

C'est l'occasion pour 150 dirigeants du secteur d'échanger, de comprendre les enjeux et les avantages de la communication intégrée. INTEGRAAL est un point de rencontre unique pour apprendre des meilleurs spécialistes.

Notre objectif est simple : savoir coordonner l'idée et détenir les clés de ce processus de collaboration pour maîtriser l'alchimie de la relation Annonceur, Agences-Conseils communication et média.", précisent Bertrand Beaudichon, Bernard Gassiat et Andréa Stillacci, heureux de rassembler pour la première fois autour d'une telle initiative l'AACC, Le Club des Annonceurs et l'UDECAM.

L'AACC :

L'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC) est un syndicat professionnel représentant plus de 80 % de la profession soit plus de 200 entreprises.

www.aacc.fr

Le Club des Annonceurs :

Le Club des Annonceurs est un organisme professionnel rassemblant près de 180 Directeurs Marketing et Communication issus des 110 plus grandes entreprises françaises.

www.leclubdesannonceurs.com

L'UDECAM :

L'Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Media regroupe 20 agences medias et agences spécialistes des média, représentant 95% de l'activité achat d'espaces nationaux (11mm€).

www.udecam.fr

*LE LABORATOIRE

Un lieu de recherche, de création et de réalisation. Investis par les artistes, designers et scientifiques, ces espaces rassemblent art et science de pointe dans une démarche socialement responsable.

Contacts :

AACC / Vae Solis

Charles Tauzi - ctauzi@aacc.fr

Isabelle Mas - isabelle.mas@vae-solis.com

Club des Annonceurs

Stéphanie Collet - 01 44 50 12 10

contact@leclubdesannonceurs.com

UDECAM

Françoise Chambre

Francoise.chambre@udecam.fr

