



13 mars 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE

**Les professionnels s'unissent pour publier ensemble
les règles du succès des campagnes publicitaires sur internet**

La multiplicité des objectifs de communication auxquels internet peut répondre, l'étendue de l'offre, la technicité des propositions et le nombre d'intervenants impliqués dans la chaîne de communication, ont conduit agences-conseils et médias, régies et annonceurs, à élaborer ensemble quelques règles simples qui permettront à tous de d'augmenter l'efficacité de leurs relations et donc de leurs actions.

L'**AACC I** – Association des agences-conseils en communication interactive -, le **SRI** – Syndicat des régies internet -, l'**UDA** – Union des annonceurs et l'**Udecam** – Union des entreprises de conseil et d'achat médias -, ont donc uni leurs expertises et ont conçu **deux documents destinés à devenir les références des professionnels** :

- une **charte du process d'élaboration des campagnes** (étapes et délais de conception/réalisation/réservation/mise en place, répartition des responsabilités entre les différents intervenants, nature des informations échangées),
- un **brief type** annonceurs/agences-conseils et agences médias pour le développement d'une campagne.

Ces documents devraient permettre de clarifier et simplifier les relations annonceurs, agences-conseils, agences médias et régies afin d'optimiser la création et la mise en ligne des campagnes sur l'internet. Ils permettront également de limiter les sources de litiges en précisant les rôles et responsabilités de chacun ainsi que le calendrier idéal.

La charte des process et les briefs types peuvent être téléchargés dès à présent sur :

www.aacc.fr, www.sri-france.org, www.uda.fr, www.udecam.fr

Contacts presse :

Enrique Muzard, AACC, 01 47 42 13 42
Bénédicte de Bollardièrre, SRI, 01 47 45 99 87
Didier Beauclair, UDA, 01 45 00 79 10
Françoise Chambre, Udecam, 01 73 00 21 09