



Droit au coeur

C'est l'agence Bowling qui a développé cette campagne pour IP. L'agence a choisi de redonner un nouveau sens à l'emblème de l'indien et de le traduire dans une campagne simple, puissante et reconnaissable. L'annonceur ou le stratège média y est symbolisé par un indien/héros contemporain, qui touche sa cible « Droit au Cœur ». Cette stratégie est illustrée dans une première série de très belles photographies réalisées par le photographe Kurt Stallaert qui paraîtront dans la presse professionnelle.

Denis Masquelier, General Manager IP Belgium : « IP est une régie avec un très large éventail de canaux de communication. Cette particularité unique en Belgique nous permet d'accompagner nos clients avec des solutions très créatives. Nos marques médias proposent en effet des contextes de qualité pour toucher leurs cœurs de cible et maximiser l'efficacité de leurs campagnes. Nous désirons être un vrai partenaire pour les annonceurs et leurs agences, les aider à mener au mieux leur stratégie de communication avec des conseils médias pertinents. »

Christophe Ghewy, Creative Partner Bowling : "La beauté de la campagne IP provient de la puissance de la simplicité".