



PRESS RELEASE

**UNE NOUVELLE SOURCE OÙ ACQUÉRIR DES IDÉES SERA PRÉSENTÉE LORS DE LA CONFÉRENCE GLOBALE DES ANNONCEURS (GAC)**

Selon l'e-entreprise révolutionnaire OpenAd.net, les annonceurs auront désormais l'opportunité de chercher des idées créatives selon un tout nouveau paradigme pour avoir accès aux bonnes idées plus vite et à meilleur marché.

Au cours de la Conférence Globale des Annonceurs 2006 qui aura lieu ce mois-ci sous l'égide de la World Federation of Advertisers / Union des Annonceurs, les fondateurs d'OpenAd.net vont inciter les directeurs marketing à utiliser les sites de commerce en ligne business-to-business avec le même enthousiasme que celui que mettent aujourd'hui les consommateurs à utiliser e-Bay ou Amazon.

Et ils vont prévenir leurs clients à ne pas se laisser distancer, en comparant le potentiel des sites de commerce en ligne avec celui des portails marchands.

Ce message sera délivré aux marketeurs le 15 et le 16 mai prochains à Paris; il aura pour toile de fond l'une des principales tables rondes organisées cette année par la WFA/UDA sur le thème des « relations annonceur-agence ».

Katarina Skoberne, d'OpenAd.net, prendra en charge l'accueil sur le stand d'OpenAd à la conférence, qui se déroulera au Westin Paris.

OpenAd.net est le premier service au monde qui permette à ses clients de chercher des idées créatives selon un tout nouveau paradigme, en faisant l'acquisition de leur publicité parmi 14 galeries en ligne, chacune consacrée à un secteur. Il offre en outre aux directeurs marketing l'opportunité de poster des briefings communications spécifiques ou de mener des séances de pitching en ligne dont les idées émanent d'un groupe d'environ 5.000 créatifs de haut niveau répartis dans 101 pays.

Dans la communauté en ligne, OpenAd.net a tellement impressionné, au point d'être nommé pour deux de ces prestigieux Webby Awards que le Time magazine qualifie d' « Oscars de l'on-line ».

Parmi les clients qui ont déjà eu recours à ce service, on compte DaimlerChrysler, Lastminute.com et FHM, et une société affirmant qu'OpenAd.net lui a fourni une campagne publicitaire pour un quart de ce que cela aurait coûté si elle était passée par une agence de publicité.

La partenaire responsable d'OpenAd.net, Katarina Skoberne - qui participe à la GAC - remarque : « Par une certaine ironie du sort, la plupart des clients comprennent tout à fait l'importance qu'a prise internet dans les habitudes de consommation de leurs propres clients, mais eux-mêmes ne s'y mettent que lentement.

« Le modèle commercial traditionnel pour les marketeurs, ce sont les agences, mais avec internet, il existe beaucoup d'autres possibilités très attractives. »

« OpenAd.net permet à ses clients d'avoir accès au plus grand service créatif du monde, et cela pour une fraction de ce qu'ils devraient payer à une agence, parce qu'il y a peu de frais généraux. Les clients paient pour l'idée. »

Pour plus ample information, veuillez contacter Tamara Stader au +386 1 200 24 00 ou Michele Martin au +44 7971 266787.

## *Note de la rédaction*

*OpenAd.net (www.openad.net) est une e-entreprise unique qui offre à ses clients l'opportunité d'acheter des idées en ligne dans les domaines de la publicité, du marketing et du design.*

*Une fois abonnés, les clients d'OpenAd.net se voient proposer deux services principaux.*

*Les marketeurs peuvent poster leurs propres briefings communication dans la section « OpenPitch » et attendre que les créatifs répondent aux besoins spécifiques qu'ils ont exprimés.*

*Mais ils peuvent également parcourir n'importe laquelle des 14 galeries OpenShow où idées et campagnes publicitaires sont en vente, répertoriées par secteur. Le large éventail couvert par les galeries va de l'alimentation et de la boisson à l'automobile.*

*Un abonnement standard, comprenant l'accès à une catégorie et une séance de pitching, coûte 3.000 USD.*

*Du simple étudiant au directeur artistique de renommée internationale, le site regroupe environ 5.000 créatifs, répartis entre 101 pays. Tous apparaissent anonymement sur le site.*

*Chaque travail est soumis à une évaluation technique visant à éviter toute violation du copyright avant d'être transmis au client et édité par des lecteurs de langue maternelle anglaise pour en garantir la fluidité.*

*Chaque idée est contrôlée par un système complexe de protection du copyright et de tampons-dateurs digitaux, et seuls les abonnés sont autorisés à voir le travail.*

*Au cours de chacune des étapes du pitching et de l'acquisition, les clients d'OpenAd.net sont assistés par les membres particulièrement à l'écoute du service clientèle. Une fois le travail acheté, c'est aux clients de décider comment ils finaliseront la campagne, soit qu'ils passent par une agence de publicité déjà existante, soit qu'ils aient recours aux services du créatif dont ils ont acheté l'idée.*

*Testé l'an dernier en Europe, le service a remporté tant de succès qu'il a fait l'objet d'un refinancement considérable à la période de Noël. Le site web a ainsi été réactivé en janvier 2006, bénéficiant cette fois d'un lancement marketing à l'échelle mondiale.*

*Dans un premier temps, ce service est appelé à attirer des petites et moyennes entreprises dont les budgets ne sont pas toujours suffisamment importants pour qu'elles puissent avoir recours à toutes les attentions d'une grande agence de publicité.*

*Quoi qu'il en soit, un certain nombre de sociétés élitaires ont déjà exprimé leur intérêt, pour leurs marques principales mais aussi pour promouvoir des labels plus modestes de leur portefeuille qui, sans cela, courraient le risque de passer inaperçus.*