



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Mercredi 7 mai 2014 : 11h

ACEF Rive-Sud de Québec
33 rue Carrier, Lévis, G6V 5N5

Les Prix du cœur de la publicité, 11^e édition : Des milliers de jeunes sensibilisés à l'influence des publicités!

Lévis, 7 mai 2014 –L'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) Rive-Sud de Québec révèle les publicités *Cœur d'or* et *Cœur de pierre* ainsi que les gagnants du concours *Les Prix du cœur de la publicité*.

L'ampleur du concours

Lors de cette 11^e édition, 388 groupes scolaires, 41 maisons de jeunes, 7 carrefours jeunesse-emploi et 2 groupes Forum jeunesse ont participé au concours, ce qui représente **plus de 10 558 jeunes à travers le Québec**. Plus de 687 personnes ont participé au tirage grand public. Les participants ont sélectionné, parmi 6 publicités, un *Cœur d'or* et un *Cœur de pierre*.

Les publicités gagnantes

Cette année, les honneurs du prix *Cœur d'or* vont à la publicité *La Parisienne*, de la compagnie Lavo Inc., créée par l'agence KBS+ Montréal. La majorité des participants ont voté pour cette publicité en raison du message écoresponsable qu'elle véhicule, ainsi que des valeurs sociales positives telles que le partage et la famille. Un trophée a été remis à l'agence ainsi qu'à la compagnie lors de la **Remise des trophées**, le 7 mai 2014 à 11h aux locaux de Lavo Inc.

La publicité ayant remporté le prix *Cœur de pierre* est celle de *Capital One*, créée par l'agence Taxi Montréal. Les jeunes ont reproché à cette publicité de solliciter le consommateur de façon irresponsable, notamment en encourageant la surutilisation du crédit. Le "vide de sens" de la publicité a déplu à la majorité des participants.

Les prix de participation

Pour la 11^e édition, deux *iPod Touch* de 5^e génération de Apple et des cartes *iTunes* ont été tiré parmi les groupes ayant participé. Un troisième *iPod Touch* a été tiré parmi les personnes du vote grand public; ce gagnant est M. Réjean Labonté.

Le concours en bref

Mis sur pied en 2004, le concours *Les Prix du cœur de la publicité* est une activité pédagogique portée par l'ACEF Rive-Sud de Québec en collaboration avec Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, l'Office de la protection du consommateur et 15 associations de consommateurs du Québec. Grâce à ce concours, les jeunes sont sensibilisés à l'influence de la publicité dans leur prise de décision et sont encouragés à consommer de façon responsable. Enfin, l'objectif ultime est de conscientiser les publicitaires afin qu'ils introduisent davantage d'éthique dans leurs messages.

- ❖ Pour plus de détails sur le concours, visitez www.prixducoeurdelapub.com.

-30-

Source :

Elisabeth Marcoux, responsable du concours *les Prix du cœur de la publicité*
ACEF Rive-Sud de Québec, 418-835-6633 (1-877-835-6633), e.marcoux@acefrsq.com