



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Embargo – vendredi 10 mai 2013 : 14h00

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

Les Prix du cœur de la publicité, 10^e édition : Des milliers de jeunes ont voté pour la meilleure pub!

Lévis, 10 mai 2013 - La 10^e édition du concours *Les Prix du cœur de la publicité* a pris fin lundi le 14 avril 2013. L'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) Rive-Sud de Québec a procédé au décompte des votes et au tirage des prix de participation.

Les publicités gagnantes

Cette année, les honneurs du prix *Cœur d'or* vont à la **publicité *Le Lait***, créée par l'agence de communication **Nolin BBDO**. La majorité des participants ont voté pour la publicité de la Fédération des producteurs de lait du Québec en raison des valeurs sociales positives qu'elle véhicule, relatives à la famille, à l'entraide et à la générosité.

La publicité ayant remporté le prix *Cœur de pierre* est celle de Vidéotron, créée par l'agence Sid Lee. Les jeunes ont reproché à cette publicité de solliciter le consommateur de façon irresponsable. Le manque de respect et d'éthique a déplu à la majorité des participants.

Les gagnants du vote en ligne

Pour célébrer les 10 ans du concours, trois (3) *iPod touch* ont été tirés parmi toutes les personnes ayant voté en ligne via le site Web du concours. **Les gagnants sont les suivants : madame Guylaine Laurin de Québec, madame Louise Côté de Québec et madame Julie Syrratt de la Rive-Sud de Montréal.**

Le concours en bref

Mis sur pied en 2004, le concours *Les Prix du cœur de la publicité* est une activité éducative, portée par l'ACEF Rive-Sud de Québec, organisme à but non lucratif, en collaboration avec Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, l'Office de la protection du consommateur et 15 associations de consommateurs du Québec. Le but premier de ce concours est de faire prendre conscience aux jeunes de l'influence de la publicité dans leurs prises de décision et de les inciter à consommer de façon plus responsable. De plus, l'objectif ultime est de sensibiliser les publicitaires afin qu'ils introduisent davantage d'éthique dans leurs messages.

Lors de cette 10^e édition, 110 écoles, 38 maisons de jeunes et 5 carrefours jeunesse-emploi ont participé au concours, ce qui représente **plus de 13 000 jeunes à travers le Québec**. Pour plus de détails sur le concours, visitez www.prixducoeurdelapub.com.

-30-

Source :

Geneviève Langlois

Agente de développement et de formation

ACEF Rive-Sud de Québec, 418-835-6633, poste 223

g.langlois@acefrsq.com