



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 mai 2020

UNE LETTRE DE BRIEF POUR LA PRODUCTION DE CONTENUS PUBLICITAIRES PROPOSÉE PAR L'AACC, L'APFP ET L'UNION DES MARQUES

Dans une démarche d'amélioration des relations entre les annonceurs, les agences et les producteurs de films publicitaires, l'Association des Agences-Conseils en Communication, l'Alliance des Producteurs de Films Publicitaires et l'Union des marques ont rédigé [une lettre de brief](#). Ce document-type a pour but de faciliter et accompagner les appels d'offres à destination des sociétés de production de contenus publicitaires et de rendre optimale la transparence de leurs échanges.

Cette lettre de brief est le premier lien entre les annonceurs, les agences et les producteurs de films publicitaires. Véritable cahier des charges qui reprend l'ensemble des informations utiles dans le cadre d'une production publicitaire, elle doit permettre d'assurer un même niveau d'information pour toutes les sociétés de production participantes.

Elle récapitule les caractéristiques de la production, notamment le budget et sa composition (transports, packshot, droits musiques, voix off...), les différentes sociétés de production en compétition, les supports de diffusion, etc. Elle permet également à l'annonceur de préciser les attendus de réalisation.

Elle est évolutive et a vocation à être enrichie avec les informations obtenues au fur et à mesure de l'avancée du projet publicitaire.

Ce document-type est une avancée majeure pour notre secteur. L'AACC, l'APFP et l'Union des marques sont très heureuses de mettre à disposition de leurs adhérents cet outil accessible et très complet qui facilitera leur travail au quotidien.

A propos de l'AACC

L'Association des Agences-Conseils en Communication est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement et RSE. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. www.aacc.fr
Contact : Marie Gabrié | mgabrie@aacc.fr

A propos de l'APFP

L'Alliance des Producteurs de Films Publicitaires est le collège en charge de la production publicitaire au sein de l'Union des Producteurs de Cinéma qui est un syndicat professionnel regroupant plus de 240 producteurs de films de long métrage et de films publicitaires. www.producteurscinema.fr
Contact : Xavier Prieur | xavier.prieur@producteurscinema.fr

A propos de l'Union des marques

L'Union des marques, anciennement l'Union des annonceurs (UDA), est l'organisation représentative des marques. Elle compte 6600 membres au sein de ses 230 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs et représente plus de 1500 marques. Elle a pour mission de promouvoir la liberté de communiquer en développant une communication responsable et de renforcer l'efficacité des actions marketing et communication. L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation.
Pour en savoir plus : www.uniondesmarques.fr