



La 15^e édition des Prix du Cœur de la publicité officiellement lancée!

Lévis, le 12 janvier 2018. – Le coup d’envoi de la 15^e édition des *Prix du cœur de la publicité* est officiellement donné aujourd’hui.

Dès maintenant, le matériel pour réaliser l’activité est disponible à l’adresse www.prixducoeurdelapub.com. Des milliers de jeunes du Québec sont donc invités à visionner et à analyser les publicités soumises afin d’en choisir la meilleure (prix Cœur d’or) et la pire (prix Cœur de pierre). Les huit publicités présentées cette année sont : Classico, Vidéotron (*Streaming*), Le porc du Québec, Banque TD, Vidéotron (*Mercredi*), Special K Nourish, McDonald’s et Apple Watch Series 2.

Rappelons que cette activité pédagogique vise à développer l’esprit critique des jeunes envers la publicité et à les encourager à être des consommateurs responsables.

Réflexion amorcée sur le concours

Mentionnons que le concours organisé habituellement dans le cadre des *Prix du cœur de la publicité* n’aura pas lieu cette année. En effet, l’ACEF Rive-Sud de Québec, chargée de l’organiser, désire procéder à une réflexion approfondie sur ce volet de l’activité.

« Nous croyons qu’il est essentiel d’analyser les objectifs et façons de faire du concours *des Prix du Cœur de la publicité* afin de déterminer si cela répond bien aux besoins des enseignants et des jeunes, a souligné la coordonnatrice de l’ACEF, M^{me} Édith St-Hilaire. C’est dans un souci d’amélioration continue que nous avons pris cette décision, nos partenaires, l’Office de la protection du consommateur et Centraide Québec et Chaudière-Appalaches, nous appuient dans cette réflexion », a-t-elle conclu.

Cette activité a lieu en collaboration avec les associations de consommateurs du Québec, l’ACEF Rive-Sud de Québec, l’Office de la protection du consommateur (OPC) et Centraide Québec et Chaudière-Appalaches.

-30-

Source :
Marie-Josée Carrier
ACEF Rive-Sud de Québec
418 835-6633 ou 1 877 835-6633, poste 231
info@prixducoeurdelapub.com