



Prochain événement SRRP:

Shockvertising, le recours au choc dans la communication, ses opportunités et ses dangers

Confrontés quotidiennement à une multitude de messages publicitaires, il est très difficile aux annonceurs de se démarquer. Dès lors, la tentation de choquer son public pour mieux l'imprégner n'a jamais été aussi actuelle. Mais la communication par le choc est-elle vraiment la panacée ou met-elle en danger la crédibilité des marques et des institutions ? Le danger de dérapage est grand à l'heure de la globalisation et du web 2.0.

***** Mardi 18 mars 2008, 19 heures
Maison de la Communication, Lausanne *****

Peut-on tout dire et tout montrer en publicité ? La morale n'impose-t-elle pas certaines limites ? Quels sont les risques d'une utilisation abusive du choc ? A travers des exemples concrets, nous découvrirons les opportunités qu'offrent une telle stratégie, mais également les limites à ne pas franchir.

Cindy Queloz a consacré son mémoire de Licence au Shockvertising sous le titre : « Le Shockvertising, aspects juridiques et éthiques ». Elle nous présentera ses principales réflexions et interrogations sur le sujet.

Intervenante : Cindy Queloz, licenciée en Sciences de la Communication, UniSi Lugano, membre du comité de la SRRP, responsable des relations média de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud.

Détails et inscriptions: www.srrp.ch ou directement grâce au lien ci-dessous.

[plus...](#)