

APB stelt publiekscampagne voor 'Superheld? Apotheker'

Een campagne ontworpen door Ogilvy Healthcare

Brussel, 23 oktober 2012 – De Algemene Pharmaceutische Bond (APB) - de vereniging van zelfstandige apothekers - lanceert haar eerste grote publiekscampagne. Die belicht de toegevoegde waarde van apothekers voor hun patiënten en voor de samenleving. De campagne 'Superheld? Apotheker', die sinds 19 oktober op tv loopt, wordt met affiches ondersteund in de apotheken.

In 35 seconden toont het tv-spotje de meerwaarde van de apothekers: hun toegankelijkheid en permanente beschikbaarheid als eerstelijnszorgverlener, hun sociaaleconomische bijdrage aan de volksgezondheid, hun dagelijkse toewijding voor een veilig en efficiënt medicatiegebruik en hun rol om de patiënten daarbij te begeleiden.



De campagne 'Superheld? Apotheker' vertelt het verhaal van vijf apothekerskinderen tussen vier en negen jaar oud. Net als andere kinderen van die leeftijd begrijpen ze niet altijd wat het beroep van hun papa of mama inhoudt. In hun eigen woorden ("Mijn papa bereidt toverdrankjes zoals in Asterix en Obelix" of "Mijn mama helpt mensen en redt soms zelfs levens") nemen ze de kijker mee in het spotje dat eindigt met de vraag: "Is jouw mama of papa een superheld?" Het ontwapenende antwoord luidt: "Maar nee gij, apotheker!"

Frank Crasson, directeur Communicatie bij APB, legt uit: «De slogan 'Superheld? Apotheker' geeft aan dat de apotheker meer is dan simpelweg een 'verkoper van geneesmiddelen'. Deze originele, emotievolle campagne is een uithangbord voor het hele apothekersberoep. We wilden de apothekers in de kijker zetten en dankzij de betrokkenheid van hun kinderen zijn we daar ook in geslaagd. »

De kinderen uit het spotje werden gekozen via een online casting. Op een website konden apothekers een filmpje posten waarin hun kind het beroep van mama of papa beschreef aan de hand van een gedicht, een liedje, een sketch, een mopje of zelfs een imitatie. In totaal waren er 89 kandidaatjes, waarvan er 10 van elke taalgroep geselecteerd werden voor de opnames.

Eric Vander Oost van Ogilvy Healthcare was laaiend enthousiast. "Voor de recrutering van onze jonge steracteurs waren we afhankelijk van de betrokkenheid van de apothekers. We waren erg aangenaam verrast door het grote aantal ingezonden clipjes en door de emoties die uit deze filmpjes sprak! »



U kan het resultaat bekijken op tv (VTM, 2Be, Vitaya) maar ook op apotheek.be en YouTube, <http://youtu.be/vdQgPJp93PU> (lange versie) <http://youtu.be/Dws390h7wbl> (korte versie).

Over APB

De Algemene Pharmaceutische Bond (APB) is de overkoepelende federatie van de Belgische beroepsverenigingen van zelfstandige apothekers. APB wil de toegevoegde waarde van de apotheker - voor het welzijn en de gezondheid van de patiënt - stimuleren, ontwikkelen en promoten in het belang van de algemene volksgezondheid. www.apb.be

Praktische informatie

Voor meer informatie kan u terecht bij de woordvoerders van de APB

Jan Depoorter (NI) : 0486 34 31 26 – jan.depoorter@apb.be

Charles Ronlez(Fr) : 0475 41 00 64 – charles.ronlez@apb.be

Perscontact

Barbara Malengreaux

Ogilvy PR Brussel

+32 477 72 99 47

Barbara.malengreaux@ogilvy.com