



***Communiqué pour diffusion immédiate***

**« Il ne faut pas prendre ces publicités au premier degré, tout de même! »**

- Dominic Cayer

**Blainville, le 5 décembre 2011** - Le président de l'agence de publicité Tapage Communication, M. Dominic Cayer, a tenu à commenter la campagne du Motel St-Pierre 2011.

« Pour nous, il ne s'agit que d'une campagne de type humoristique qui s'adresse au public cible de notre client, c'est-à-dire des hommes de 25 à 65 ans. Cette campagne est ni vulgaire, ni méprisante envers les femmes. En fait, nous avons fait un clin d'œil à de vieux clichés. Rappelons-nous *La Petite Vie*, l'une des émissions les plus regardées au Québec, où la femme était caricaturée, parfois avec un bonnet, parfois un peu naïve, parfois même cocue. Cela ne veut certainement pas dire que toutes les femmes ressemblent à ces personnages! Il ne faut pas prendre ces publicités au premier degré tout de même ! », a commenté M. Dominic Cayer.

« L'ironie dans cette campagne, c'est que ce sont deux femmes qui ont travaillé sur l'orientation créative : une jeune mère de famille et une jeune diplômée! », a conclu M. Cayer.

-30-

Source :  
Tapage Communication  
450 971-1395  
[info@tapagecommunication.com](mailto:info@tapagecommunication.com)