



Subject : **SAGE**
Keyword : **SAGE**

Publication : **TRENDS/TENDANCES**
Date : **14/01/2010**
Page(s) : **7**

Frequency : **WEEKLY**
Circulation : **26000**

Size : **80.79 cm²**
1117 Id : **201001140583T**

Un Bob qui ne reconduit pas les fêtards

La société de logiciels financiers Sage surfe sur la vague de la publicité pour les Bob, ces volontaires qui ramènent chez eux les fêtards qui craignent avoir trop bu pour prendre le volant. Elle a lancé ce mois de janvier sur les ondes de la RTBF une campagne de pub radio vantant le logiciel «Bob». Elle profite ainsi de la notoriété du nom, même si les domaines sont très différents. C'est un prêt à rendre, car Sage reçoit, à l'approche des fêtes, pas mal de coups de fil demandant les secours d'un chauffeur Bob pour une soirée. «Sans doute l'effet d'un aiguil-

lage un peu trop rapide des services de renseignements», sourit **Philippe Tailleur**, créateur du logiciel Bob. Ce n'est pas la première fois que l'homonymie a joué pour Bob. Lorsque le groupe britannique Sage cherchait à racheter l'éditeur de ce logiciel, vers 2004, ses représentants avaient traversé la Belgique en voiture. Ils avaient été impressionnés par les affiches placées le long de la voie, recommandant de trouver quelqu'un pour «faire le Bob». Ils pensaient qu'il s'agissait là d'une campagne de promotion monstre en faveur du logiciel...

