

REMISE DU 4^e CREATIVITY AWARD 2007

Le Creativity Award a été créé à l'initiative du Club de Publicité et Communication Genève, afin de repérer et souligner les qualités professionnelles d'un ou plusieurs stands du Salon International de l'Automobile, tout en tenant compte de l'esthétisme, de l'ergonomie et de l'utilisation de l'espace, pour mettre en valeur les véhicules.

- Jury 2007 : Membre du comité du CPG

Angélique Freytag, Publi Annonces SA
Aniessa Jotterand, AJ Design
Jean-Claude Métille, Publi Annonces SA
Benjamin Feijoo, KTFM FEIJOO

Les membres du jury ont nommé les stands :

SAAB, TOYOTA et OPEL

- Description des stands

SAAB

Pureté et jeux de lumières

De ce stand se dégage un sentiment de pureté. L'atmosphère calme met en valeur l'identité et la philosophie de la marque.

Le visiteur déambule facilement entre les véhicules et s'immerge dans une douce lumière, totalement enveloppé par plusieurs sources lumineuses savamment disposées. Dans ce contexte, le visiteur n'a pas besoin de lire des slogans pour comprendre l'identité et les valeurs de la marque.

L'espace de type bar est très bien placé et offre une vue complète de tous les éléments visuels.

TOYOTA

La marque a osé le contraste

L'exposition des véhicules frappe immédiatement l'œil. En effet le stand est composé uniquement de véhicules noirs sauf un, chromé. Cette astuce visuelle, permet de refléter sur ce véhicule chromé, toutes les voitures noires disposées autour aidée en cela par un subtil jeu d'éclairage.

La paroi du stand :

Contraste toujours avec une paroi blanche mettant en valeur la marque « rouge » et une ligne qui aboutit à un œil avec en place de l'iris un modèle bleu.

Pureté des images pour valoriser à la fois le modèle exposé et le stand. Le design est présent jusque dans les moindres détails, même pour les quelques sièges à disposition des visiteurs.

OPEL

La chaleur et le froid. L'impact

On remarque de loin ce stand qui expose une impressionnante paroi qui défie les lois de la gravité.

Un véhicule est exposé sur cette paroi et l'ambiance, à la fois très chaude et dense, est ponctuée par des détails froids.

On ressent parfaitement deux positionnements. Le standard et le monde GT. Jusqu'au bout, le principe de différenciation est appliqué, notamment par la présence d'hôtesse avec un stylisme différent pour ces deux « catégories ». Une touche supplémentaire pour le froid avec la distribution de cornets de glace.

Un stand très complet où diverses techniques sont parfaitement maîtrisées ainsi que des idées simples et efficaces font que le jury est conquis par le stand de la marque OPEL.

- Mention spéciale :

NISSAN

Une mention spéciale est accordée à NISSAN pour la construction en extérieur d'une piste tout terrain.

Essayer un véhicule dans des conditions extrêmes mais contrôlée est un facteur déterminant pour motiver l'acte d'achat.

Cette piste, en construction lors de notre passage, nous a permis de constater la qualité du travail et observer un emplacement de premier choix pour la diffusion de l'excellent spot TV NISSAN. Nul doute que le succès sera au rendez-vous.

Tous les éléments du règlement ayant été remplis nous avons conclu que le Creativity Award 2007 sera décerné à la marque :

- OPEL -

La remise du prix a eu lieu le jeudi 15 mars 2007

Restaurant l'Everest Halle 5 - à 18h45

TOYOTA et SAAB ont reçu un Diplôme et NISSAN la Mention Spéciale du jury.

CLUB DE PUBLICITE & DE COMMUNICATION DE GENEVE

Président du Jury, M. Benjamin Feijoo

www.cpg.ch