

Per E-Mail

Fachpresse Werbung Schweiz
und Deutschland
Fachpresse Finanzmarkt
Nachrichtenagenturen

Par E-Mail

Presse spécialisée publicitaire
en Suisse et en Allemagne
Presse spécialisée économique et
financière
Agences de presse

BAG, Bundesamt für Gesundheit: APG Poster of the Year 2006

Das Bundesamt für Gesundheit ist Gewinner des APG Online-Wettbewerbs *Poster of the Year 2006*. 13% aller Stimmen gingen an das von der Euro RSCG gestaltete Plakat. Als Jury eingeladen waren alle Besucher der APG Website. Über 1 300 Personen nutzten vom 18. Januar bis 18. Februar 2007 die Gelegenheit. Zur Auswahl gestanden hatten die 42 verschiedenen *Posters of the Week* des Jahres 2006.

Dem Bundesamt für Gesundheit als Auftraggeber und der für die Gestaltung des Plakats *[Foto]* verantwortlichen Kreativagentur Euro RSCG Partner wurde im Rahmen einer kleinen Feier je eine exklusive Glastrophäe überreicht *[Foto]*. Den 1. Preis unter den e-Voting-Teilnehmern, ein Wochenende im Fünfsterne-Luxushotel Palace Luzern, gewann Andy Hostettler, Zürich. Als 2. Preis ging ein 600 CHF Gutschein für das 19 Gault Millau-Punkte-Restaurant Kunststuben (Küsnacht ZH) an Thomas Städeli, Zürich, als 3. Preis ein Swiss Lotto-Schein im Wert von 250 CHF an Boris Roduner, Wangen.

Seit 2002 sind alle grossen Schweizer Plakatkampagnen auch im Internet präsent. Mittels e-Voting kann jeder mann, ob aus der Werbefachwelt oder als Laie, sein persönliches *Poster of the Week* aus dem aktuellen Aushang wählen und hat dabei wöchentlich die Chance, 250 CHF in Form von Swiss Lotto-Gutscheinen zu gewinnen. Mit dem APG PosterAward[®] erhalten seit 2003 auch die siegreichen Plakate selbst eine besondere Auszeichnung. Kreativ-Verantwortliche und Plakat-Liebhaber finden im elektronischen APG Archiv heute rund 5 000 Sujets, die unter verschiedenen Suchkriterien abgerufen werden können.

[Statements]

BAG: «Die Kampagne zeigt spannende Szenen aus unserem Gesellschaftsleben, in denen sich die Menschen normalerweise schützen, nun aber völlig ungeschützt, nackt sind. Die Botschaft 'Hier schützt man sich ja auch' führt die wichtige Erkenntnis in Bezug auf Safer Sex direkt, einfach nachvollziehbar vor Augen. Ziel ist es, Selbstschutz zur Selbstverständlichkeit werden zu lassen, mit Bildern, die man auch nach Ende der Kampagne nicht so schnell vergisst. Das BAG freut sich sehr über diese Auszeichnung. Sie ist ein deutliches Zeichen, dass die Kampagne bei den Schweizerinnen und Schweizern gut aufgenommen wurde und wirkt.»

Euro RSCG: «Wie bereits 2005 stand bei der LOVE LIFE STOP AIDS Kampagne 2006 die Lebensfreude im Umgang mit Sexualität im Vordergrund. Die Kampagne zeigt, dass Selbstschutz aus Liebe zum Leben selbstverständlich ist. Eine besondere Herausforderung war die effektvolle Inszenierung der Fecht- und Eishockeysujets ohne Verletzungsgefahr für Sportler, Models und Crew. Auch sollten die Nackten nicht plump oder lächerlich wirken, sondern verletzlich.»

Roger Möschler, Leiter APG Marketing, Winterthur, www.apg.ch: «Neben dem persönlichen Kontakt ist die APG Website der schnellste Weg zu unseren Kunden. Diesen Dialog zu fördern ist mit ein Ziel unseres Wettbewerbes *Poster of the Week*.»

[Legende Foto Preisübergabe]

V.l.n.r.: Jean-Pierre Roeder (APG Bern), Felix Spahr (Bundeskanzlei), Adrian Kammer (Bundesamt für Gesundheit), Ondrej Maczko (Euro RSCG), Ernst Erismann (APG Bern)

*[Français page 2]***Auskünfte**

Roger Möschler, Leiter Marketing, Winterthur, T +41 52 208 94 56, <mailto:roger.moeschler@apg.ch>

15. März 2007 – JSA

Per E-Mail

Fachpresse Werbung Schweiz
und Deutschland
Fachpresse Finanzmarkt
Nachrichtenagenturen

Par E-Mail

Presse spécialisée publicitaire
en Suisse et en Allemagne
Presse spécialisée économique et
financière
Agences de presse

OFSP, Office fédéral de la santé publique: SGA Poster of the Year 2006

Le concours en ligne SGA *Poster of the Year 2006* a été remporté par l'Office fédéral de la santé publique OFSP. L'affiche conçue par l'agence de publicité Euro RSCG Partner a recueilli pas moins de 13% des voix. Le jury rassemblait tous les visiteurs du site Internet de la SGA qui souhaitaient s'exprimer sur une sélection de 42 différents *Posters of the Week* de l'année 2006. Du 18 janvier au 18 février 2007, plus de 1 300 personnes ont saisi l'occasion de donner leur voix.

L'Office fédéral de la santé publique OFSP en tant que mandant de la campagne et Euro RSCG Partner, l'agence responsable de la conception de l'affiche *[photo]*, se sont vu remettre tous deux un trophée en verre exclusif lors d'une petite cérémonie dédiée au *Poster of the Year 2006 [photo]*. La gagnante du 1er prix attribué parmi les participants au e-voting, un week-end à l'hôtel 5 étoiles Palace Lucerne, est Andy Hostettler, Zurich. Le 2e prix, un bon de 600 CHF pour le restaurant Kunststuben avec 19 points Gault Millau (Küsnacht ZH), est allé à Thomas Städeli de Zurich, et le 3^e prix, un bon Swiss Lotto d'une valeur de 250 CHF à Boris Roduner de Wangen.

Depuis 2002, toutes les grandes campagnes d'affichage suisses sont présentes sur Internet. Grâce à l'e-voting, tout un chacun – expert en publicité ou non spécialiste – peut désigner son *Poster of the Week* préféré parmi les campagnes d'affichage en cours, et se voit offrir chaque semaine une chance de gagner 250 CHF sous forme de bons Swiss Lotto. Depuis 2003, les affiches gagnantes sont elles aussi récompensées par une distinction spéciale, le SGA PosterAward[®]. Créatifs et amateurs d'affiches ont la possibilité de consulter aujourd'hui quelque 5 000 sujets au moyen de différents critères de recherche dans les archives électroniques de la SGA.

[Statements]

OFSP: «Cette campagne montre des scènes intéressantes de la vie de société, où les gens ont l'habitude de se protéger, mais qui apparaissent ici sans aucune protection, totalement nus. Le message 'Ici la protection est aussi requise' fait comprendre de manière claire et directe l'importance du 'Safe Sex'. L'objectif est de faire de l'autoprotection une évidence, avec des images qui restent gravées dans notre mémoire même après la fin de la campagne. L'OFSP est extrêmement ravi d'avoir obtenu cette distinction. Elle prouve que cette campagne a été bien accueillie par les Suissesses et les Suisses et qu'elle est efficace.»

Euro RSCG: «Comme en 2005 déjà, la campagne LOVE LIFE STOP AIDS 2006 met en évidence la joie de vivre dans la façon d'aborder la sexualité. La campagne montre que la protection personnelle est une évidence par amour pour la vie. Un défi majeur a été la mise en scène impressionnante des sujets d'escrime et de hockey sur glace sans risque de blessure pour les sportifs, les mannequins et l'équipe. De même, les nus ne devaient pas avoir l'air grossiers ou ridicules, mais vulnérables.»

Roger Möschler, directeur Marketing SGA, Winterthour, www.sga.ch: «Outre le contact personnel, le site Internet de la SGA est la voie la plus rapide vers nos clients. Promouvoir ce dialogue est l'un des objectifs majeurs de notre concours *Poster of the Week*.»

[Légende Photo Remise du prix]

De g.à.d.: Jean-Pierre Roeder (SGA Berne), Felix Spahr (Chancellerie fédérale), Adrian Kammer (Office fédéral de la santé publique), Ondrej Maczko (Euro RSCG), Ernst Erismann (SGA Berne)

Renseignements

Roger Möschler, chef du marketing, Winterthour, T +41 52 208 94 56, <mailto:roger.moeschler@apg.ch>

15 mars 2007 – JSA/CH