

We wrześniu na warszawskich ulicach pojawiły się plakaty z hasłem „W 80 sklepów dookoła domu” promujące Domotekę. Kilkadziesiąt layoutów wydrukowano na ekologicznym, w 100% przetwarzalnym podłożu do druku – ekoplakacie™. Kampanię Domoteki zaplanował dom mediowy Starcom.

– Ekoplakat to doskonały wybór na każdą porę roku, jednak jego wyjątkowe właściwości przydają się szczególnie podczas mniej przychylnej aury. Jesienna pogoda, czyli deszcze i wiatr, pozbawiły urody niejednego papierowy plakat. W przypadku ekoplakatu nie ma mowy o wpływie warunków atmosferycznych na jakość ekspozycji – mówi Michał Stan, Prezes Cityboard Media.

Odporność na warunki pogodowe to nie jedyna cecha wyróżniająca ekoplakat™ na tle innych podłoży do druku. Cechuje się on także doskonałą jakością ekspozycji, nienagannym wyglądem wydruku oraz idealnym odwzorowaniem barw – reklama prezentuje się na nim dokładnie tak, jak na ekranie komputera. Równie istotna jest możliwość późniejszego wykorzystania ekoplakatu™: klient może zdecydować się na tak zwaną kampanię „wędrującą”, czyli bez ponoszenia kolejnych kosztów wydruku eksponować te same plakaty na innych nośnikach czy nawet w kolejnych miastach. Ponowne wykorzystanie ma także wymiar ekologiczny: z powstałego z ekoplakatów™ regranulatu wykonuje się przedmioty wykorzystywane w przemyśle samochodowym czy budownictwie. Ekoklienci, tacy jak Domoteka, mają więc realny wpływ na ochronę środowiska poprzez m.in. minimalizację ilości odpadów czy mniejszą emisję gazów cieplarnianych powstających w procesie utylizacji papieru.

Realizując kampanię na ekoplakacie™ Domoteka staje się kolejnym, obok Procter&Gamble i Orange, klientem Cityboard Media, który zdecydował się na ekologiczną reklamę.

Cityboard Media