

Plakat IKEA z hasłem „Wróć do mnie!” pokonał konkurencję zdobywając tytuł Plakatu Roku i wygrywając pierwszą edycję konkursu organizowanego wspólnie przez Cityboard Media i Szkołę Wyższą Psychologii Społecznej w Warszawie.

Cityboard Media wspólnie ze specjalistami ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie wyłoniła zwycięzcę pierwszej rocznej edycji prowadzonego wspólnie konkursu City Plakat. Tytuł Plakatu Roku przypadł firmie IKEA za eksponowany w maju layout z hasłem „Wróć do mnie!”. Zwycięstwu towarzyszą nagrody w postaci konsultacji specjalisty z SWPS do layoutu przy następnej kampanii, a także miesięczna kampania reklamowa na stu nośnikach 6x3 od Cityboard Media gratis.



– Plakat IKEA ujął nas prostotą, przejrzystością i zgrabnym odwołaniem do emocji przy pomocy nie narzucającej się grafiki – komentuje wybór jury Marta Bryła, pełnomocnik zarządu Cityboard Media i dodaje – W przypadku plakatu eksponowanego na outdoorze przekaz powinien być zredukowany do podstawowych elementów, które są w stanie w krótkim czasie wzbudzić pozytywne emocje. Sprawdza się tu zasada ‘mniej znaczy więcej’. Zwycięski plakat doskonale ją realizuje.

Majowa kampania IKEA w Trójmieście była ściśle związana z przebudową lokalnego sklepu. Składające się na nią layouty informowały: „Zmieniam się dla Ciebie! 3x większa IKEA”, „Obiecuję, będzie lepiej! Koniec rozbudowy” i „Wróć do mnie! 2500 miejsc parkingowych”. Za kreacje odpowiedzialna była agencja Mrufka PR. Uwagę jurorów zwracały także wcześniejsze kreacje reklamujące łódzką placówkę (II miejsca w miesięcznych odsłonach konkursu w

listopadzie i grudniu, kreacje autorstwa Team One).

W rywalizacji o tytuł Plakatu Roku IKEA pokonała 11 reklam: Play (hasło kampanii: Mamy wszystkie modele telefonów), Grupy ITI (nFilm HD: włącz nowy kanał filmowy), Gant Development (Osiedle Karpia), Sephory (Przyjemność w prezencie), Toyoty (Toyota Żerań), Nestle (Poczuj miętę w Walentynki), Galerii Handlowej Arena (Moda na okrągło), Kraft Foods Polska (Okienko z widokiem na orzechy), Lonza-Nata (Czystość z pierwotnej natury), ZTM (Tramwaj na Tarchomin), Auchan (Witaj szkoło!).

Konkurs City Plakat to wspólny projekt Cityboard Media i Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. W ramach konkursu specjaliści z SWPS wybierają co miesiąc trzy najlepsze layouty prezentowane na nośnikach Cityboard Media. Zwycięzca wyłoniony został po roku trwania konkursu spośród zdobywców pierwszych miejsc (Plakatów Miesiąca). Obecnie trwa druga edycja konkursu.

Cityboard Media