

Reklama z kaczką w wielkiej czapie zachęcająca do świątecznych zakupów zapewniła Sephorze tytuł Plakatu Miesiąca w grudniowej edycji konkursu City Plakat.

Na layoutcie reklamowym Sephory nie było ani choinki, ani świętego Mikołaja, jednak zastosowane tu elementy graficzne nadały jej charakter reklamy świątecznej. W ocenie jury reklama pozostawiła miejsce wyobraźni dając konsumentom możliwość rozwinięcia swoich własnych skojarzeń i wyobrażeń związanych ze świętami, a tym samym silniejszego połączenia związanych z nimi emocji z produktami z Sephory. Zdobyła uznanie oceniających jako „zaskakująca, odbiegająca od schematu, a zarazem spójna z przekazywaną treścią”. Adaptacji francuskiego plakatu na potrzeby rynku polskiego dokonała agencja DSK.



O tytuł Plakatu Miesiąca rywalizowały z Sephorą najmocniej: reklama Ikea Łódź (Największa Ikea w Polsce. Jedzie już pół Warszawy – layout reklamowy autorstwa Team One, już drugi layout reklamowy Ikea wyróżniony w konkursie) oraz Galerii Krakowskiej (plakat przygotowany przez ART FM).

City Plakat jest realizowany przez firmę reklamy zewnętrznej Cityboard Media i Szkołę Wyższą Psychologii Społecznej. W ramach konkursu City Plakat profesorowie SWPS co miesiąc typują trzy, w ich ocenie najlepsze, layouty reklamowe, jakie w danym miesiącu pojawiły się na nośnikach Cityboard Media. Layouty, które na przestrzeni roku zajmą pierwsze miejsca w comiesięcznych odsłonach konkursu, będą ubiegać się o tytuł Plakat Roku i towarzyszące mu nagrody: konsultację specjalistę z SWPS do layoutu przy następnej kampanii, a także miesięczną

kampanię reklamową na nośnikach 6x3 m od Cityboard Media gratis. Konkurs ruszył się we wrześniu 2009 r., zaś jego rozstrzygnięcie nastąpi we wrześniu 2010 r.

Cityboard Media - lider rynku wielkoformatowej reklamy zewnętrznej. Działa na polskim rynku od 1996 roku i przez cały okres swojego istnienia konsekwentnie utrzymuje niekwestionowaną pozycję lidera prekursora. Posiada sieć ekskluzywnych nośników reklamowych o ogólnopolskim zasięgu. Wykorzystuje zaawansowane badania outdooru oraz narzędzia do planowania i pomiarów efektywności kampanii. Jest założycielem Instytutu Cityboard Media, będącego nowoczesną platformą wymiany wiedzy i doświadczeń praktyków reklamy ze środowiskiem naukowym.

W 2009 r. firma po raz czwarty zajęła pierwsze miejsce w ogólnej ocenie Klientów w rankingu biur reklamy outdoorowej opracowanym przez magazyn Media&Marketing Polska. W lutym 2009 otrzymała również nagrodę Impactor w kategorii Najbardziej Podziwiana Firma Out Of Home Roku.

Cityboard Media