

## Poster of the Year 2014

Le prix «Poster of the Year 2014» est attribué à une grande campagne nationale pour la promotion d'un produit des plus courants : la lessive. L'affiche mise pour ce faire sur une stratégie publicitaire totalement classique, à savoir «l'effet avant-après». Un court récit montre à la clientèle ce que le produit est capable de faire. Dans le cas d'une lessive, il s'agit du passage d'un linge sale à un linge propre. Jusqu'ici tout va bien, rien de neuf à l'horizon. Ce qui rend la campagne exceptionnelle est l'interprétation brillante de cet effet avant-après, en soi connu : en tant que protagonistes, les différentes peluches racontent la vie palpitante et heureuse des enfants, le regard des animaux et l'état de leur fourrure montrent au combien ils ont besoin d'être plongés dans cette lessive et révèlent en même temps l'efficacité du produit. Quant au texte, il synthétise le message visuel en un slogan concis et percutant. Toute la force d'une affiche y est résumée et c'est aussi ce qui nous fait tant apprécier toutes celles qui sont réussies : le prix «Poster of the Year» est attribué à un travail qui réunit tant l'humour que la compétence visuelle dans le message publicitaire.

### **TOTAL – WASCHMITTEL**

**Client:** Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich

**Agency:** Y&R Group Switzerland AG, Zürich

**Design:** Markus Gut (CCO), Dominik Oberwiler (CD), Martin Stulz (CD), Lukas Wietlisbach (AD), Sebastian Eppler (Grafik)

**Text:** Fabian Kuchler

**Photo:** Fluxif

**Format:** F12 (268,5 × 128 cm), F200 (116,5 × 170 cm), ePanel, eBoard

