

הוכרזו הזוכים בתחרות 'ברלה 2010' של JCDecaux

לקריאטיב בתחום שילוט החוצות –

מקום ראשון- מירב פלד ותמי לשם מגיתם BBDO

מקום שני- שרון רפאל ומרון ששון משלמור אבנון עמיחי Y&R

מקום שלישי- מירב פלד ואלינה אורצקי מגיתם BBDO

במסגרת פסטיבל 'קקטוס הזהב 2010' הוכרזו הזוכים במקומות הראשונים בתחרות הראשונה מסוגה בישראל. לזוכים תוענק לפרסומת הזוכה חבילת פרסום בשווי 180,000 ₪

פיליפ רו מנכ"ל JCDecaux ישראל הכריז אמש במסגרת פסטיבל קקטוס הזהב על הזוכים בתחרות 'ברלה 2010' לקריאטיב בתחום שילוט החוצות. משרד הפרסום גיתם BBDO גרף את המקום הראשון עם פרסומת לשקיות אשפה 'ניקול וכן את המקום השלישי עם פרסומת לרשת מכונני הכושר 'הולמס פלייס'. במקום השני זכה משרד הפרסום שלמור אבנון עמיחי Y&R עם פרסומת לקלירקס גיל רפואי לטיפול בחצ'קונים. בהחלטת חבר השופטים נאמר כי : "למרות שהטכניקה של "cut out" איננה יוצאת דופן, היא התאימה למוצר זה ולכן מגבירה את מסר הקמפיין והאפקטיביות היוזואלית שלו"

במסגרת 'ברלה 2010' התחרו 35 צוותים ממשרדי הפרסום המובילים שהורכבו מקופירייטר וארט דיירקטור שהציגו 35 מודעות קריאטיביות לפרסום עירוני ללקוחותיהם.

ועדת התחרות הורכבה מצוות של חמישה בעלי מקצוע בכירים בעולם הפרסום ביניהם **יגאל בראון**, מנכ"ל איגוד חברות הפרסום, גדעון עמיחי, מנהל קריאייטיב ראשי ומנכ"ל משותף במשרד הפרסום שלמור אבנון עמיחי Y&R / אינטראקטיב תל אביב ישראל, קובי ברקי שותף ומנהל קריאייטיב בשמעוני פינקלשטיין FCB גיא בר, מנהל קריאייטיב ראשי גיתם BBDO, יונתן סטירין מנהל קריאייטיב באדלר חומסקי אנד ורשבסקי GREY .

פיליפ רו, מנכ"ל JCDecaux ישראל : " תחרות 'ברלה' 2010' הוכיחה כי פרסום חוצות יצירתי יכול להיות אפקטיבי מאוד בחיבור שבין הצרכן והמפרסם. הצוותים הקריאייטיבים התנסו בהתמודדות עם האתגרים של פרסום החוצות והוכיחו יכולות לפריצת מסגרות החשיבה המקובלות".

תחרות הפרסום 'ברליה' 2010 של JCDecaux נערכה השנה בפעם הראשונה בישראל במטרה להחיות את התעניינות משרדי הפרסום בפרסום חוצות ולעודדם **" לצאת החוצה"**, כך נבחר שם התחרות - "ברליה".

הפרסומות הזוכות במקומות הראשונים יזכו את המפרסמים בחבילות פרסום במתקני JCDecaux כאשר הפרסומת הזוכה במקום הראשון תזכה בחבילת פרסום לתקופה של 10 ימים על פני 250 תחנות אוטובוס ומכווני תנועה בשווי כולל של כ- 180,000 ₪. בנוסף, הצוות המנצח יזכה בשני שוברים בשווי 7500 ש"ח כל אחד לחופשה ברשת קלאב-מד העולמית.

הפרסומות הזוכות במקומות השני והשלישי יזכו בחבילות פרסום לתקופה של 15 ימים על גבי 100 פני פרסום ג'מבו (שלטי רחובות מוארים) למקום השני ו- 50 פני פרסום ג'מבו (שלטי רחובות מוארים) למקום השלישי.

חברת JCDecaux החלה במסורת התחרות לפני כ- 7 שנים בפריז בה ממוקמים משרדי החברה, וכיום מתקיימת התחרות במקביל במספר רב של מדינות ברחבי העולם בהן פועלת JCDecaux.

אודות JCDecaux :

לאחר שזכתה במכרז של עיריית תל אביב- יפו המעניק לה את הזכות הבלעדית לפרסום לשילוט תחנות האוטובוס ומכווני התנועה בת"א- יפו, החלה JCDecaux בשינוי פני העיר הכולל בין היתר עיצוב ובניית תחנות אוטובוס חדשות, יפות ומוארות וכיום כמחצית מתחנות האוטובוס השונות ומכווני התנועה, מוצגים מחדש באיכות גבוהה יותר ונראות שלא הייתה כמותה בארץ. האיכות שמביאה עמה חברת JCDecaux הינה בסטנדרטים החדשים הבינלאומיים. ההשקעה הכוללת של JCDecaux בת"א מוערכת בכ-15 מיליון יורו.

JCDecaux היא החברה הבינלאומית היחידה המתמקדת בפרסום חוצות בארץ. החברה נוסדה בצרפת בשנת 1964 על-ידי ז'ן-קלוד דקו, וכיום היא פעילה ב- 55 מדינות, עם נוכחות ביותר מ-3542 ערים ונראית לעיניהם של כ-308 מיליוני בני אדם בכל רחבי העולם בכל יום. החברה מושתתת על שלושה תחומי פעילות עסקית המשלימים אלה את אלה: מקום ראשון- בעולם בריהוט רחוב: 428,000 פני פרסום, מקום ראשון- בעולם בפרסום בתחבורה הציבורית: 329,000 פני פרסום ומקום ראשון- באירופה 232,000 בילבורדים.

לפרטים נוספים ניתן לפנות לנטע הר-לב, יפה אפרתי תקשורת.

neta@yaffapr.com

03-6129010