

**Sujet : 6<sup>e</sup> Creativity Award****Lieu :** GENEVA PALEXPO – 79<sup>e</sup> Salon International de l'Automobile**Lieu secondaire :** Remise du prix à l'Everest Lounge**Date :** Jeudi 12 Mars 2009 / 19h15**Organisateur :** Club de publicité et communication de Genève (CPG)**Membres du jury :** Claire Scimia, Olivia Gautrois-Vilais, Luigi de Nadai, Walter Molinari et Fabrice Schoch**Président du jury :** Benjamin Feijoo**But du Creativity Award :** Valoriser le travail du concepteur de stand ainsi que tous les corps de métier liés à sa construction. Mettre en évidence l'utilité des expositions, la qualité des stands et l'intérêt de les visiter.**Résumé :**

Comme chaque année il n'a pas été aisé de sélectionner le lauréat tant les stands sont performants et accueillants. Cette année, le jury a décidé de faire valoir le marketing et la vente comme critère déterminant à l'attribution de ce prix.

**PRIX : 6<sup>e</sup> CREATIVITY AWARD 2009 décerné à CITROEN**

Ce stand a la particularité d'être sur le chemin du visiteur. En fait, il n'a pas besoin de faire le moindre écart pour se retrouver enveloppé par les modèles.

La disposition des véhicules est bien équilibrée, la visibilité est excellente, l'attraction est immédiate. On voit tout et surtout, on a envie de tout voir. Peut-être que la modernisation du corporate de la marque y est pour quelque chose.

Du « concept car » magnifiquement placé dans une structure au design sublime en passant par la présentation de la DS3 dans son cocon caché, le client est amené à la découverte. Les modèles écologiques ont une place bien définie et le chemin est bien pensé. L'accueil est excellent et il est aisé d'obtenir des informations.

L'image est résolument plus moderne, sans perdre ses valeurs. Une réussite totale.

**Le 6<sup>e</sup> CREATIVITY AWARD 2009  
a été remis à M. François Guieysse, Directeur Général Citroën Suisse**

**MENTION (diplôme Creativity Award) – VOLVO**

La marque VOLVO a attiré notre attention par ce doux mélange de douceur, de sécurité et de modernité. Le stand représente fidèlement le positionnement de la marque et si l'on se donne la peine d'entrer à l'intérieur de la structure, on ne peut rester indifférent au design et au charme des lieux.

L'accès à l'information est facilité par des moyens audiovisuels classiques et tendances comme le grand écran tactile où l'on s'amuse à choisir et agrandir les images (comme avec un I phone) ou encore la prise électrique surdimensionnée qui est reliée à l'écran (mélange du physique et de l'image).

L'espace est accueillant et les modèles sont accessibles.

**Nous avons remis une mention (diplôme) pour la créativité et l'efficacité de ce stand à M. Christian Berger, Public Affairs Project Manager de Volvo Automobile (Schweiz) AG.**