

De gauche à droite: le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>ème</sup> prix



APPEL À LA CRÉATIVITÉ

# FAITES-VOUS ATTENTION aux passages à niveau ?

**Le concours *Attention aux passages à niveau* s'est clôturé le 29 avril 2011, par la remise des prix des affiches gagnantes. La nouvelle campagne de sécurité d'Infrabel donne une bouffée d'air frais à la sensibilisation aux dangers aux passages à niveau.**

**P**our sa nouvelle campagne de sécurité, Infrabel a fait appel à la créativité des étudiants en écoles supérieures d'art qui se spécialisent dans le marketing et la communication, la photographie et/ou le graphisme. Le but de ce concours était de créer une affiche qui souligne les risques aux passages à niveau et sensibilise le grand public de manière originale.

## Un grand gagnant

Parmi environ 250 envois, un jury a sélectionné 12 lauréats dont la création sera distribuée sur les cartes postales du réseau Boomerang. Les trois étudiants qui ont envoyé la meilleure affiche ont été proclamés lors d'une remise

des prix spéciale. Pendant une semaine, leur concept a été affiché en format poster dans tous les gares et les points d'arrêt, ainsi qu'aux passages à niveau à risques.

Le grand gagnant du concours est François-Xavier Pieltan, étudiant en deuxième année au CAD à Bruxelles. "Je voulais communiquer un message simple, clair et choquant, capable de conscientiser les gens. En fait, il y a deux grands gagnants car j'ai travaillé ensemble avec un camarade de classe. Chaque fois que quelqu'un voit mon affiche quelque part, il m'en envoie une photo. Je suis très fier du concept". Il est maintenant l'heureux détenteur d'un Inter Railpass d'un mois (pour 2 personnes) d'une valeur de pas moins de 1.800 euros.

"Communiquer un message simple, clair et choquant, capable de conscientiser les gens".

## Aussi sur le podium

Evelien Vandenwauver, étudiante en dernière année en Communication Commerciale à l'école supérieure XIOS à Hasselt, était très surprise quand elle a appris qu'elle était parmi les grands gagnants du concours. "Au bout de pas mal de brainstorming, l'idée m'est venue d'utiliser l'image de la pulsation cardiaque. Tout le monde était très enthousiaste. Mon affiche sera vue par tout le monde, je trouve ça incroyable !" raconte fièrement Evelien, qui a reçu un bon cadeau d'une valeur de 500 euros à la Fnac.

Hélène Miron de Saint-Luc à Tournai a obtenu la troisième place avec son affiche. "Je n'en suis pas peu fière, surtout parce que tout le monde pourra voir mon affiche". Elle a été récompensée d'un bon cadeau de 250 euros pour l'achat de matériel ICT à la Fnac. Les autres lauréats ont également été récompensés: leur affiche est imprimée sur les cartes postales du réseau Boomerang, et ils ont reçu chacun deux tickets de train valables une journée, ainsi que deux tickets de cinéma. ■