

## Aspid de Oro a la mejor campaña integral

Categoría: **Especialistas**

Obra: **Fast Forward**

Agencia: **Healthworld Spain**

Cliente: **Janssen-Cilag**

Producto: **Velcade**

Dirección creativa: *Javier Agudo y Javier Elguero*

Dirección artística: *Natalia Naranjo y Arantxa del Pozo*

Copy: *Marta del Río y Claudia Calvo*

Diseño gráfico: *Francisco Martínez y Javier Martín*

Ilustración: *José María Gallego y Carolina Cobas*

Esta campaña tiene como objetivo principal comunicar a los especialistas la obtención de la nueva indicación de Velcade (Bortezomib) tras primera recaída en el tratamiento del mieloma múltiple. Esta nueva indicación posibilita el poder adelantar los beneficios del tratamiento con Velcade a etapas más tempranas de la enfermedad, obteniendo así tasas de respuesta significativamente superiores, y en consecuencia una mayor tasa de supervivencia para los pacientes. Comunicar de forma clara y notoria la posibilidad que ahora tienen los especialistas de poder adelantar los beneficios de Velcade. Para ello, y buscando una relación directa e inequívoca con el símbolo asociado a su propia identidad corporativa, se estableció la analogía con el código



*Natalia Naranjo, de Healthworld; Regina Quiroga, de Janssen-Cilag; con Cristina Crespo, Javier Agudo y Lourdes de Pablo, de Healthworld Spain.*

universal y tecnológico de los reproductores de los sistemas audiovisuales. De esta manera logramos no sólo una campaña visualmente notoria y diferencial, sino también dotarla del carácter de "última generación" propio del entorno tecnológico.



