

Aspid de Oro a la mejor campaña integral

Categoría: Parafarmacia y otros productos sanitarios

Obra: Desaprende a fumar

Agencia: Global Healthcare

Cliente: Uriach - Aquilea OTC

Producto: Nicobloc

Dirección creativa: Berta Lorán

Dirección artística: Xavier Rambla

Copy: Julio Fernández

Diseño gráfico: Lucas Montalvà y Jaume Colomer

Diseño multimedia: Ruth Aguiar, Shoko Nishimiya y Zacarías Calabria

NicoBloc es un nuevo método alternativo para dejar de fumar. Se basa en la reducción gradual de la ingestión de nicotina y alquitrán, mediante el hecho de fumar cada vez menos y la aplicación de un filtro (en forma de gotas) en el cigarrillo. Este método combate la dependencia tanto física como el hábito (psicológico) de fumar. El objetivo fue dar a conocer el método primero a profesionales y luego entre el target fumadores, mediante una comunicación en línea al beneficio del producto. Para ello se creó el concepto "Desaprende a Fumar", articulado mediante diferentes materiales y elementos.

A diferencia de la mayoría de productos, NicoBloc es un método que "enseña a dejar de fumar". Con la intención de transmitir este beneficio diferencial, se desarrolló el concepto "Desaprende a fumar", diferenciador, directo, impactante, que sitúa al fumador como protagonista del proceso y al producto como experto en deshabituación tabáquica. Se optó por concentrar la atención en el mensaje, sólo acompañado del potente color corporativo, que actúa como reclamo visual. El concepto se aplicó a los múltiples materiales de la campaña.



Alex Mata, de Uriach; Berta Lorán, de Global Healthcare y Fernando Botella, miembro del Jurado.

