

Mejor elemento multimedia

Categoría: Parafarmacia y otros productos sanitarios.

Agencia: Delirium Advertising

Obra: Universo Play (www.universoplay.com)

Cliente: SSL Healthcare Brands

Dirección creativa: Albert Colet y Mireia Matas

Dirección artística: Eva Lladó

Copy: Luisa Gomes

Diseño gráfico y multimedia: Eva Lladó

Fotografía: Pedro Ballesteros

Programación interactiva: Astrid Sánchez y Toni Ballesteros



Alicia Ortega, de SSL Healthcare; Alvaro Bosch y Antonio Barahona, miembros del Jurado; y Albert Colet, de Delirium.

Microsite de lanzamiento de la nueva gama de productos Play (estimuladores, lubricantes, anillo vibrador, etc.) cuyo objetivo fue el de reposicionar la marca hacia un mundo de juego, diversión y experimentación en pareja. Dirigido a un target formado por parejas de 25 años en adelante, el reto del microsite consistió en presentar productos de sexo explícito, sin caer en la tentación obvia, y sin

renunciar a la emoción y al placer de las sensaciones. Un entorno elegante y sugestivo, nos permitió crear un universo único acorde con los valores de la marca.

Se pretendió que el usuario viviera una experiencia sexual única antes vivida, que ésta fuera en primera persona y que él fuera el protagonista. Se trataba de invitar al usuario a descubrir cómo era su placer, qué

banda sonora tenía, qué imágenes, qué colores, qué ritmo, etc, desde una visión emocional, aspiracional y metafórica. Todo un reto. Para ello, buscamos un entorno en el que el usuario se identificara con una personalidad, con un carácter sexual, y que marcara las pautas de su experiencia en base a las opciones sugeridas y que finalmente descubriera cómo es su placer.

