

A ASPID DE ORO

Obra: Nueva línea aérea
Agencia: MK Media
Cliente: Pfizer
Dirección creativa: Conchita Valenciano
Dirección artística: Iván Roig
Copy: Beatriz Antón



Cristina Tello, de MK Media; Virginia Jiménez, de Pfizer, Iván Roig, de MK y Alberto López, de Pfizer.

El objetivo de esta campaña es el lanzamiento de Formodual, una nueva combinación de Pfizer para el control del asma. Formodual aporta un control seguro del asma gracias a su innovadora tecnología de partículas ultrafinas que permite llegar donde otros no llegan, utilizando menos dosis de corticosteroide en cada inhalación y con una posología

sencilla. Se pretende romper la indiferenciación existente en el mercado con una campaña muy notoria, que genere mucho "ruido".

"Nueva línea aérea de largo alcance", concepto basado en recurso creativo de la comunicación de las compañías aéreas: - Llega donde otros no llegan,

de forma directa, sin escalas. Directo al pulmón. - Concepto creativo que vincula perfectamente el posicionamiento del producto y el beneficio en la patología Código gráfico: - Recorridos aéreos por el territorio del pulmón - Imagen única y diferente para FORMODUAL - Imagen actual y fácilmente reconocible - Dota de personalidad propia al producto.

