

**Mejor elemento multimedia**

**Categoría:** Atención primaria  
**Agencia:** Adding-Targis  
**Obra:** Dolomail [Juego]  
**Cliente:** Novartis  
**Producto:** Voltarén

**Dirección creativa:** Haris Amiel  
**Dirección artística:** Xavi Soler / Carlos Borau  
**Copy:** Haris Amiel  
**Diseño gráfico:** Carlos Borau  
**Diseño multimedia:** B-Side  
**Ilustración:** Carlos Borau  
**Productora:** B-Side



Catarina Simao, de Novartis; Alvaro Bosch y Miguel Angel Anadón, miembros del Jurado y Miguel Almirall, de Adding.

Voltarén envía mensualmente un newsletter a más de 8.000 médicos registrados. En él aparecen contenidos científicos y una serie de preguntas relacionadas con el dolor y diferentes afecciones para que los médicos respon-

dan y pongan "a prueba sus conocimientos". Esta acción era muy bien aceptada pero se le consideraba demasiado científica/seria.

Es por esto que se decidió crear una acción un poco más lúdica que al mismo tiempo si-

guiera en línea con la propuesta científica realizada hasta ahora y centrada en la temática que abarca los "Dolomails". Relacionando el juego con el "dolor" y con la imagen gráfica propuesta para el resto de la campaña.