



Lucas Montalvá, de GlobalHealthcare y Alejandra Moral, de SSL.

MEJOR LOGOTIPO

Obra: Muakers
Agencia: GlobalHealthcare
Cliente: SSL Healthcare
Producto: Durex
Dirección creativa: Berta Loran
Dirección artística: Lucas Montalvá
Copy: Julio Fernández



Durex lanza en septiembre de 2007 dos productos de la gama de preservativos dirigidos al target más joven: Love y Fantasy. Con el objetivo de comunicar estos lanzamientos de producto, creamos un concepto que aunara a estos jóvenes y un logo que los representara: MUAKERS. Son jóvenes dinámicos, activos, de 17 a 23 años, con estilo propio y un gran sentimiento de pertenencia grupal. La marca ofrece con Muakers una nueva tribu urbana, que cubre tanto a los jóvenes que se inician en el mundo del sexo, como a los ya iniciados o expertos.

El logo debía crearse teniendo en cuenta al público joven y a la actitud que buscamos para ellos. El resultado es un logo urbano, callejero, trasgresor. Que se diferencia del tono más sofisticado y sobrio de la marca Durex. Con una tipografía cercana al graffiti, al mundo del skate o el street dance. Con unos colores, el negro y el rojo, que unidos generan fuerza, potencia. Un logo perfectamente asumible como suyo por todos los muakers, y acompañado por un baseline que, haciendo un juego de palabras descartiano, resume la filosofía de vida de estos muakers: "Beso, luego existo".