

## Aspid de Oro a la mejor campaña integral

Categoría: **Comunicación Institucional y Gran Consumo**

Obra: **Salud y Sabor**

Agencia: **Healthworld Spain**

Cliente: **Heineken**

Producto: **Buckler 0,0**

Dirección creativa: *Javier Agudo y Javier Elguero*

Dirección artística: *Natalia Naranjo*

Copy: *Marta del Río*

Diseño gráfico: *Francisco Martínez y Javier Martín*

Fotografía: *José María Gallego y Antonio Mulá*

**B**uckler 0,0, la cerveza sin alcohol de Heineken, ha sido el primer producto de su categoría en realizar una campaña para potenciar los beneficios saludables de beber cerveza sin alcohol a tres targets principales: cardiólogos, ginecólogos y endocrinos. Se pretende hacer patente que continuar disfrutando del placer de beber cerveza es compatible con los diferentes tipos de dietas que éstos puedan estar realizando, y que incluso ésta puede aportar beneficios significativos para su salud.

A través de la utilización del packaging de producto como principal vehículo de comunicación, se establece una relación directa y exclusiva



Buckler 0,0: El auténtico sabor de la cerveza, pero con menos calorías que un yogur desnatado.



Marta del Río y Ana García, de Healthworld, Sonia Alonso, miembro del Jurado; Carmen Ponce, de Heineken y Lourdes de Pablo, de Healthworld Spain.

entre Buckler 0,0 y los diferentes beneficios para la salud y los distintos tipos de dietas con los que Buckler 0,0 es compatible, implementando así la idea principal: Buckler 0,0. Con toda la salud. Con todo su sabor.



Buckler 0,0 durante el embarazo y la lactancia