

Aspid de Oro a la mejor idea original

Categoría: Autopublicidad de agencia
Agencia: Creator Grupo de Comunicación
Obra: 100gr. de salud

Dirección creativa: Karma Boada
Dirección artística: Miguel Angel Anadón
Copy: Karma Boada
Diseño gráfico: Sonia Vallejo
Fotografía: Alexis Tarrés



Equipo de Creator recogiendo el premio, acompañados por Alvaro Bosch y Roger Fernández, miembros del Jurado.



Campaña de autopromoción para empresas alimenticias. El objetivo era ofrecer los servicios de la agencia, como especialista en el área salud, para el posicionamiento de alimentos funcionales.

Un producto no sólo es lo que se ve, es todos aquellos valores que se le asocian. También se dice que la salud no puede comprarse, pero la tendencia actual del mercado alimenticio parece desmentirlo. En base a estas premisas, se utiliza la trazabilidad de distintos envases para substituir el peso neto del producto por su peso en salud. Porque eso es lo que Creator ve tras un producto y lo que puede hacer llegar al consumidor, como agencia especialista en el área salud. El titular de campaña resumía la estrategia con la siguiente frase: "La salud no se compra, pero vende".

