

Aspid de Oro a la mejor campaña

Categoría: Comunicación institucional dirigida al público.

Agencia: Pavlov

Obra: Después de 50 años

Cliente: Ferrer

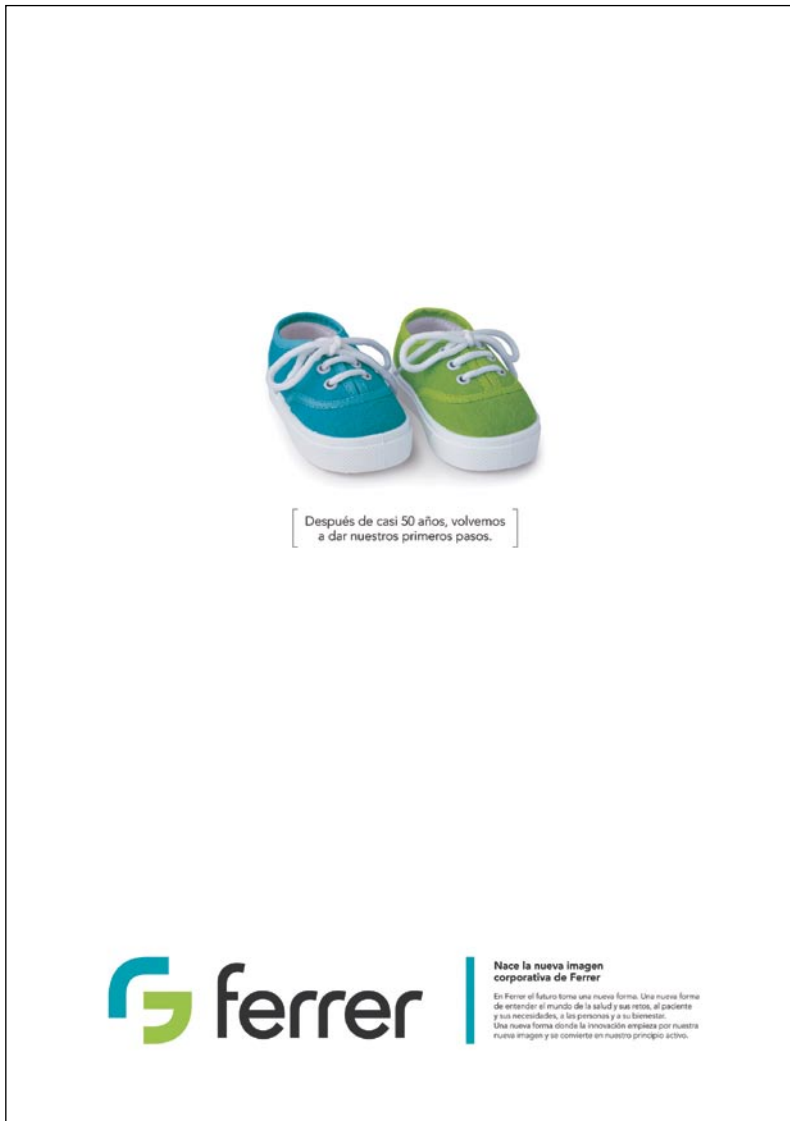
Dirección creativa: Xavier Sánchez

Dirección artística: Will Labaye

Copy: Toni Tugores



Alvaro Bosch y Roger Fernández, miembros del Jurado; José Luis Fumana, de Grupo Ferrer y Xavier Sánchez, de Pavlov.



La obra comunicaba que el Grupo Ferrer remodelaba su imagen corporativa. Era una excelente oportunidad para explicar y exponer también su filosofía y su forma de entender la salud y sus retos, los pacientes y sus necesidades y a las personas y su bienestar. Todo un renacer que cuenta como principio activo con toda la experiencia y toda la capacidad de innovación del grupo farmacéutico.

Una nueva forma de expresarse, de caminar, de entusiasmarse son ideas que vinculamos con un recién nacido y con objetos que le son muy afines. Estos objetos (zapatitos, chupetes, baberos) combinados con los colores de la nueva imagen corporativa nos ayudan a representar muy bien el espíritu de Ferrer: una nueva etapa con toda la ilusión de un niño pero con toda la experiencia en el mundo de la salud acumulada en sus casi 50 años de existencia.