

**Aspid de Oro a la mejor campaña**

**Categoría:** Productos EFP  
**Agencia:** Marketinred  
**Obra:** Cada síntoma su color  
**Cliente:** M4 Pharma  
**Producto:** Línea de oftalmología

**Dirección creativa:** Alba Ramón  
**Dirección artística:** Maria Guitart  
**Copy:** Magda Figueras  
**Diseño gráfico:** Alba Ramón



Juan Carlos Serra, de Marketinred; Alvaro Bosch y Antonio Barahona, miembros del Jurado; y Daniel Santillo, de M4 Pharma.



La campaña está compuesta por una literatura, una carpeta contenedora para el farmacéutico y displays y expositores para la Oficina de Farmacia. Los objetivos han sido unir de forma global toda la gama de productos oftalmológicos promocionados por el laboratorio y reforzar así la línea de cuidado para cualquier sintomatología ocular.

La estrategia tiene como objetivo generar impacto y notoriedad utilizando una foto llamativa. Siguiendo la línea cromática de los packs se han asociado los colores con las diferentes sintomatologías y se refuerza con el eslogan "cada síntoma su color". Todos los materiales se diseñaron con la imagen del ojo apoyada con un fuerte eslogan y un color de impacto.