

**Aspid de Oro a la mejor campaña**

**Categoría:** Especialistas  
**Agencia:** Ogilvy Healthcare  
**Obra:** Nestlé Sensaciones  
**Cliente:** Nestlé España  
**Producto:** Clinutren

**Dirección creativa:** Raquel Mizrahi y Javier Agudo  
**Dirección artística:** Núria Hugué  
**Copy:** José Antonio Ildefonso  
**Diseño gráfico:** Carlos Belmar



Alvaro Bosch, presidente del Jurado; Inés Ibarguren, de Nestlé; Javier Elguero, miembro del Jurado y Jesús Castillo y Mónica Claret, de Ogilvy Healthcare.



El objetivo de esta pieza de visita es maximizar las características del producto a través de un viaje que estimula los 5 sentidos a través del concepto "Sinestesia".

La campaña centrada en el concepto "Sinestesia", busca el estímulo de los 5 sentidos a través de un viaje por los 5 sentidos, jugando con el tacto, el olfato, el oído y el gusto. Implicando activamente al médico, y así maximizando y descubriendo las diferentes características de la gama de chocolate de Clinutren Solutions.

