

# Entregados los Premios Aspid



La campaña del Hospital de Nens de Barcelona, de Microbio Gentleman, recibió un oro en la categoría de Comunicación Institucional.

**L**a gala de entrega de la 19ª edición de los Premios Aspid de Comunicación y Publicidad Iberoamericana de Salud y Farmacia tuvo lugar el pasado 9 de junio en el World Trade Center de Barcelona. Este año, el jurado otorgó un total de 49 premios: 13oros, 13platas y 23diplomas. En total compitieron 181 las campañas o acciones de comunicación entre las distintas categorías, un 3% más que el año pasado. Las inscripciones fueron realizadas por 54 agencias y cuatro laboratorios.

**PALMARÉS.** La agencia Microbio Gentleman fue la sorpresa del año, ya que en su debut en los Aspid consiguió tres trofeos de oro, lo que le situó en la primera posición del palmarés. Los obras galardonadas fueron *Change perspective*, para Actelion, en la categoría de Campaña Integral Digital; *Crisis, un espectáculo no apto para menores*, para el Hospital de Nens de Barcelona, en la cate-

goría de Comunicación Institucional; y *Dogpack*, para Telepienso.com, en Veterinaria.

En segundo lugar se situó la agencia Apple Tree con dosoros, por las obras *Combate la diabetes*, para Novartis, en la categoría de Campaña Integral de Patología; y *Sonríe a la vida (Día Mundial de la Salud Bucodental)*, para la FDI World Dental Federation, en la categoría de Relaciones Públicas.

Y en tercer lugar se situó Nova Harriet con un oro, una plata y un diploma. El oro fue para la campaña *No te pierdas en ASCO*, de Bayer, en la categoría de Servicios Científicos.

Otras siete agencias consiguieron un oro: Global Healthcare, McCann Healthcare, Bubblegum, 3 Ways, MK Media, Ogilvy Commonwealth y Maneki Neko, además de otros premios (ver palmarés).

Por número de galardones, y no los metales, la agencia más premiada fue Saatchi & Saatchi Health, con un total de seis trofeos: dos platas y cuatro diplomas.

Palmarés de la XIX edición de los Premios Aspid

AGENCIA	ORO	PLATA	DIPLOMAS	TOTAL
1 Microbio Gentleman	3	—	—	3
2 Apple Tree	2	—	—	2
3 Nova Harriet	1	1	1	3
4 Global Healthcare	1	—	4	5
5 McCann Healthcare	1	—	1	2
5 Bubblegum	1	—	1	2
6 3 Ways	1	—	—	1
6 MK Media	1	—	—	1
6 Ogilvy Commonwealth	1	—	—	1
6 Maneki Neko	1	—	—	1
7 Saatchi & Saatchi Health	—	2	4	6
8 Grupo CDM Spain	—	1	3	4
9 Ilusion Labs	—	1	1	2
9 HC Barcelona	—	1	1	2
10 Alternativa Expreience	—	1	—	1
10 Bayer Hispania	—	1	—	1
10 Dcarmán	—	1	—	1
10 Havas Worldwide Spain	—	1	—	1
10 Havas Life	—	1	—	1
10 Inneva Pharma	—	1	—	1
10 Luzán 5	—	1	—	1
11 Ene Life/Inventiv Health	—	—	1	1
11 Enric Batlle Group	—	—	1	1
11 Sudler & Hennessey	—	—	1	1
11 Just in Time	—	—	1	1
11 Wunderman Barcelona	—	—	1	1
11 Leo Pharma	—	—	1	1
11 Kanli	—	—	1	1

Los presidentes del jurado de la 19ª edición fueron Mar Guerrero, directora creativa ejecutiva de Saatchi & Saatchi Health, y José Antonio Alguacil, director creativo ejecutivo de Ilusion Labs.

**ANUNCIANTE DEL AÑO.** Novartis fue proclamado anunciante del año. El laboratorio obtuvo dosoros y dos diplomas con cuatro agencias diferentes.

Por último, en la convocatoria del cartel oficial de este año participaron 28 agencias españolas y mexicanas. El ganador, con 51 puntos, fue Carlos Porta, de la agencia Rita Wanda.

Los trofeos de la 19ª edición de los Premios Aspid de Comunicación y Publicidad Iberoamericana de Salud y Farmacia se entregaron el pasado 9 de junio en el World Trade Center de Barcelona. A la gala asistieron más de 300 invitados del mundo de la comunicación de la salud y de la industria farmacéutica. ■