

Décimo aniversario de una colaboración navideña muy especial

Nestlé y La Casa de Carlota, una década fomentando la inclusión y la creatividad

- Desde la Navidad de 2014, La Casa de Carlota ilustra con un diseño exclusivo el surtido especial de Nestlé Caja Roja con el que la Compañía felicita las fiestas a su plantilla y a las personas con las que mantiene relación profesional.
- La ilustración ha sido el lenguaje escogido por Nestlé para la realización de esta caja de bombones tan especial.
- A lo largo de estos años de colaboración, 31 profesionales, incluyendo creativos neurodiversos, han ilustrado más de 100.000 cajas de bombones con creaciones únicas.

Barcelona, 12 de diciembre de 2024.- Desde hace diez años el equipo creativo de **La Casa de Carlota** diseña [la edición especial de la Caja Roja de Nestlé](#) con la que la Compañía felicita las fiestas a su plantilla y a las personas con las que mantiene una relación profesional. La edición especial de la Caja Roja de Nestlé, que marca un punto de inflexión y el inicio de la Navidad para muchos, se ha convertido en un manifiesto con el que la Compañía aboga por un mundo más humano, inclusivo y responsable.

La Casa de Carlota es una agencia única y extraordinaria porque aúna a personas neurodiversas y neurotípicas en un mismo equipo. Profesionales con capacidades diversas que tienen en común su talento creativo y que, por tanto, interpretan los "briefings" de una manera singular y diferente.



En la actualidad el equipo de **La Casa de Carlota** cuenta con un equipo compuesto por 21 profesionales, de los cuales 10 son neurodiversos. Este extraordinario estudio cuenta con directores creativos, diseñadores, copys y otros perfiles propios de una agencia de diseño gráfico y creatividad. Además, conviven tanto profesionales con una larga y dilatada trayectoria, como estudiantes, ya que se trata de generar un modelo de impacto, cuyo primer impacto lo alcanza al hacer trabajar de forma conjunta a estudiantes y creativos neurodiversos, así como con las empresas que trabaja y con la sociedad en general.

Mucho más que una caja de bombones

A lo largo de estos diez años, los diseños de La Casa de Carlota han vestido las más de 100.000 cajas de Nestlé Caja Roja que la Compañía ha distribuido entre los más allegados por estas fechas y, en cada edición, acercándose a la realidad del momento con un mensaje único.

“Colaborar con La Casa de Carlota en el diseño de nuestra Caja Roja de bombones es un privilegio. Nos ha permitido crear un surtido único para felicitar las fiestas y hacerlo con un equipo de diseñadores que rebosa talento”, destaca el director de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Nestlé España, Alberto Vega. *“La llegada de esta edición especial de la Caja Roja de Nestlé marca un hito como inicio del periodo Navideño y como mensaje fehaciente a toda la Compañía. Todavía recuerdo el diseño de la Navidad de 2020 como un clamor a la esperanza y a lo que realmente es importante en esta vida, el compartir algún abrazo-bombón con tus seres queridos”,* explica.



De izqda. a dcha., ilustración creada para la Navidad de 2020 y diseño de la edición correspondiente a este 2024. La Caja Roja de Nestlé ha recibido premios de diseño en todo el mundo y se ha convertido en un manifiesto con el que Nestlé aboga por un mundo más humano, inclusivo y responsable.

Por parte de Martí Roca, director de arte del equipo encargado del diseño de la Caja Roja de Nestlé, sostiene *“que el equipo de diseño más raro del mundo, inclusivo y revolucionario, diseñó por primera vez en 2014 la Caja Roja de Navidad. Hoy, diez años después, cada caja es un nuevo reto, una oportunidad de hacer algo creativamente sorprendente y que, a su vez, responda a la apuesta arriesgada pero tremendamente convencida y activista de la marca Nestlé sobre su compromiso social. Un reto que nos apasiona”*.



Acerca de Nestlé

Nestlé está presente en 188 países de todo el mundo y cuenta con 275.000 empleados, firmemente comprometidos con el propósito de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones. Su oferta de productos y servicios cubre las necesidades nutricionales de las personas y de sus mascotas en todas las etapas de la vida.

En España, Nestlé instaló su primera fábrica en La Penilla de Cayón (Cantabria) en 1905. En la actualidad, cuenta con 10 centros de producción distribuidos en 5 Comunidades Autónomas. Con una facturación de 2.496 millones de euros y una plantilla media de 4.150 personas en 2023, Nestlé lidera el mercado alimentario español con una amplia gama de productos: alimentos infantiles, lácteos, chocolates, cafés y bebidas a base de cereales, culinarios, cereales para el desayuno, aguas minerales, especialidades de nutrición clínica y alimentos para mascotas

Sobre La Casa de Carlota

La Casa de Carlota es el estudio de diseño de la agencia de comunicación Roman, el primero del mundo que incluye en su equipo a creativos con discapacidad intelectual y reconocido por la ONU por su modelo de innovación y empleo inclusivo. Cuenta con oficinas en Barcelona y sedes en Sevilla, Medellín, Lima y Sao Paolo.

<https://lacasadecarlota.com>

Para más información

Mercedes Tiradas Gil

m.tiradas@romanrm.com - 619 463 503

Cristina Llauradó Magriña

c.llaurado@romanrm-com - 659 787 377

Beatriz Hernández

prensa.nestle@nestle.es – 93.480.58.58