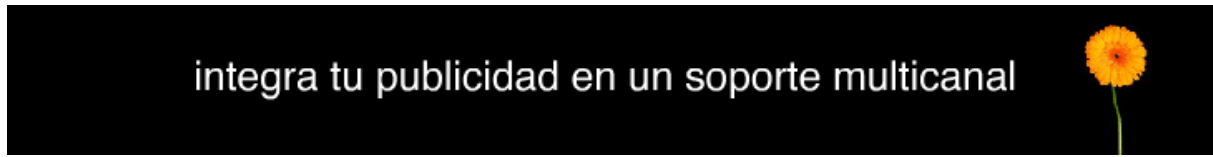


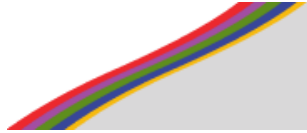
Publicidad



- [Anuncios Google](#)
- [Estudio Marketing](#)
- [Publicidad Creativa](#)
- [Campaña](#)
- [Comunicacion](#)
- [Marketing Directo](#)



MARKETINGdirecto.com
El portal de la Publicidad y el Marketing.



Teletipo: Introduzca su email y recibirá las últimas noticias semanalmente

→ [NOTICIAS DE ACTUALIDAD](#) | [ARCHIVO DE NOTICIAS](#) | [NOTICIA DE LA SEMANA](#) | [TV](#) | [TITULARES RSS](#) | [HOME](#)

Publicidad

Mobile Marketing 2.0



EDITORIALES
Javier Piedrahita

↓ MENÚ

ÁREA DE USUARIOS

- Registro de usuarios
- Modificación
- Baja
- Recordar contraseña

REGÍSTRESE AHORA

y entrará en el sorteo de este fabuloso regalo por gentileza de El Corte Inglés.



→ QUIERO REGISTRARME

NOTICIAS POR SECCIONES

- Agencias
- Agencias Interactivas
- Anunciantes
- Bases de Datos y CRM
- Comunicación y RRPP
- Consumidores
- E-Mail Marketing
- Eventos y Formación
- Festival Cannes 2008
- Festival El Sol 2008
- Fidelización de Clientes
- Gente
- Internet
- Listas y Ficheros
- Marketing de Buscadores
- Marketing Directo
- Marketing Móvil
- Marketing Online
- Marketing y Tecnología
- Medios
- Neuromarketing

→ **NOTICIAS** Anunciantes

→ **Anunciantes**
Fecha: 19 de octubre de 2008

ROCA PRESENTA SU NUEVA CAMPAÑA DE IMAGEN DE MARCA DE LA MANO DE TIEMPO BBDO

Sección patrocinada por:



Nota de prensa:

En ella, se presenta toda una declaración de intenciones de la compañía líder en espacios de baño, recordando el pasado de la compañía, acercando logros, retos y áreas de actuación al consumidor tanto nacional, como internacional -ya que Roca está presente en más de 135 países-.

La idea creativa surge de la necesidad de resaltar en Roca el afán por la evolución, el reto de la mejora constante.

La campaña se construye en torno al concepto ¿Y ahora?, que abre un viaje en el tiempo y evoca una voluntad emprendedora y visionaria de la

compañía, quién después de conseguir un reto, se plantea siempre otro nuevo.

El viaje en el tiempo es el recurso creativo que permite explicar las áreas de actuación de la compañía; la internacionalización, la innovación, el diseño y la voluntad sostenible.

La realización del spot, que se rodó en Kiev, ha corrido a cargo del director Nico Caicoya, de la productora Agosto.

En línea con la nueva orientación que se está dando a la comunicación de la marca, la visibilidad de la campaña será indiscutible ya que se presentará en versión de 60" y de 30" con un plan de medios cualitativo, activo hasta mediados de 2009.

El equipo creativo de Tiempo BBDO responsable de la campaña está encabezado por Siscu Molina, director general creativo y redactor; Jordi Comas, director creativo, y Rosa M^a Diaz, directora de producción audiovisual. En la parte de estrategia, las responsables han sido Bibiana del Alcázar, directora ejecutiva; Lara Balcells, supervisora y Malwine Steinbock, ejecutiva.

Por parte del cliente han intervenido Xavier Torras como Corporate Brand and Communication Director, Olga Sánchez y Jordi Vallverdú.

- añadir a del.icio.us
- añadir a Meneame
- RSS
- Imprimir
- Enviar a un amigo
- Volver