



## Roca Barcelona Gallery

# El alma de Roca

Roca ha elegido la ciudad de Barcelona para la creación del Roca Barcelona Gallery, un edificio emblemático que simboliza la innovación y el liderazgo de la empresa creadora de espacios de baño. La agencia Tiempo BBDO ha participado desde los inicios en la concepción interior de este singular espacio que reinventa la forma de transmitir la identidad, los valores y la historia de una marca.

**C**ualquier empresa está interesada en transmitir con eficacia su imagen de marca a todo tipo de público a través de todos los medios a su alcance. Uno de los más poderosos es, sin duda, la creación de un edificio que actúe como sede social de la firma y, al mismo tiempo, se convierta en referencia mundial en todo tipo de actividades culturales y sociales. Este es el caso de Roca Barcelona Gallery, un espacio único y vanguardista que la firma inaugurará antes de que acabe este 2009.

La conceptualización y creación de los contenidos de este gran proyecto multidisciplinar ha contado desde sus inicios con la participación de Tiempo BBDO, la agencia de publicidad de la firma, que ha trabajado conjuntamente con el prestigioso estudio de arquitectos de Carlos Ferrater OAB (Office of Architecture in Barcelona) con la colaboración de sus hijos Borja y Lucía. Todo con un objetivo muy claro: reflejar la personalidad de Roca, sus valores y su dilatada historia. Tiempo BBDO por su parte ha colabora-

do con Boolab para la realización y el diseño de los contenidos audiovisuales.

**UN SIGLO DE ANDADURA.** Tras 100 años de trayectoria, la empresa creadora de espacios de baño deseaba crear un edificio único que funcionara como sede social y, al mismo tiempo, expusiera su historia y transmitiera a la sociedad el significado real de su marca. Además, Roca pensó que la mejor manera de comunicarse con el público en general era transformar ese espacio arquitectónico en un lugar de encuentro que ofreciera todo tipo de actividades socioculturales, eventos o presentaciones. Se trataba de ofrecer unas instalaciones abiertas a la ciudad y al público en general. Una propuesta de "punto de experiencia" que se convirtiera en un lugar emblemático para toda la sociedad, a nivel cultural, social y arquitectónico.

Sin duda, Roca Barcelona Gallery cumple con creces todos esos objetivos. El edificio supone todo un reto tecnológico y artístico: consta de 2.400 metros cuadrados repartidos en tres plantas



y un exterior espectacular que busca la sorpresa y permanecer en el tiempo de forma inalterable. Formado por una fachada fabricada completamente en vidrio laminado unido, su concepción ha sido todo un reto tecnológico para los arquitectos de OAB. Con la idea de asemejarse a una caja de luz, el edificio simula un enorme escaparate que juega con las transparencias y los efectos visuales mostrando su interior de forma distorsionada. Así, durante el día, y en función de la iluminación, se crean sorprendentes efectos visuales en el interior, mientras que cuando llega la noche, los cientos de leds alojados en su estructura logran una iluminación total.

**UN INTERIOR POLIVALENTE.** De puertas adentro, el edificio plantea un espacio arquitectónico polivalente que permitirá mostrar las tendencias más innovadoras en colecciones de baño, actos y exposiciones culturales relevantes para la ciudad. Para lograrlo, se ha dotado a las diferentes estancias de novedosas técnicas y modernos equipamientos audiovisuales y de iluminación. Destaca por ejemplo un sistema de detección por zonas y un amplio despliegue de pantallas táctiles que invitan al usuario a interactuar con el edificio.

**COMUNICAR VALORES.** El principal objetivo de Roca Barcelona Gallery, ubicada en la barcelonesa calle Joan Güell, es mostrar al público cuáles son los valores clave de la firma: innovación (visión de futuro), diseño (marcar tendencia y estilo con la máxima calidad), sostenibilidad (investigación y eficiencia en los procesos y productos), liderazgo en el sector (pioneros con reconocimiento internacional y presencia en 135 mercados) y bienestar (soluciones wellness para la salud). La combinación de diseño, inspiración y funcionalidad ha dado como resultado una novedosa tecnología, materiales sostenibles, consumo eficiente y diseño innovador.

El inmueble se ha dividido en tres plantas, cada una de las cuales contiene la esencia de Roca, es decir, los valores de



la firma, su historia y la relevancia de sus productos. Bajo la denominación de "Roca World", la planta baja está dedicada a concentrar la imagen de la marca, con especial prioridad al compromiso de la empresa con el ahorro de agua y la sostenibilidad. Y es que la importancia del agua en la sociedad tiene un lugar destacado en todo el edificio. Así, se ha hecho especial hincapié en la correcta gestión del agua, al tiempo que se muestra cómo la sostenibilidad y el diseño pueden ir de la mano, con la mejor selección de productos. Además, Roca siempre ha manifestado su preocupación respecto a la protección del medio ambiente, creando productos sostenibles que



**A lo largo del año 2010, la empresa creadora de espacios de baño tiene previsto la apertura de Roca Madrid Gallery, Roca London Gallery y Roca Lisboa Gallery**

incorporan, entre otros detalles, dispositivos de ahorro de agua y de energía. "Roca World" también incluye instalaciones orientadas a mostrar los productos con herramientas futuristas y de última tecnología, como mesas interactivas o proyecciones 3D, para dar a conocer la esencia de la marca y la importancia que cada uno de sus productos tiene en la vida del usuario, en completa consonancia con el medio ambiente.

De forma paralela, el visitante puede realizar un recorrido visual en esa misma planta tanto por los distintos baños del mundo como la importancia que el agua tiene en la historia del ser humano. La proyección "Rituales" muestra a escala real y mediante imágenes reales la gran variedad de actividades cotidianas que se hacen en el interior del baño.

Los efectos audiovisuales, denominados "Momentum", consiguen de una manera totalmente innovadora envolver al visitante creando sensaciones relacionadas con el agua y fenómenos atmosféricos como la lluvia y el hielo. Estos efectos visuales se recrean, simultáneamente, cada cierto tiempo en todas las salas del edificio. La planta baja acoge también el Área Lounge, los servicios, un programa para diseñar el propio espacio de baño y un área de consulta on line.

**EXPOSICIÓN "EL BAÑO, UNA MIRADA HISTÓRICA".** Por otro lado, la planta -1, denominada el "Triple Espacio", acogerá exposiciones y presentaciones sociales y culturales. Para ello, alberga un centro

de reuniones y videoconferencias, y una sala de proyecciones con la última tecnología en comunicaciones. Coincidiendo con la inauguración en la sala "Triple Espacio" se va a exhibir una exposición temporal denominada "El baño, una mirada histórica" que va a reunir piezas de excepción, tales como el inodoro Dolphin y el bidé de tocador de la emperatriz Sissi.

La planta superior está dedicada a mostrar una selección de los productos de Roca más vanguardistas. Por medio de un "Visualizador Interactivo de Espacios de Baño", el visitante puede consultar y ver en gran formato las colecciones en espacios de baño que propone la firma. Esta exposición ha sido desarrollada en colaboración con arquitectos de renombre y algunos de los diseñadores más importantes del panorama nacional e internacional. Entre ellos, Rafael Moneo, David Chipperfield, Josep Benedito o Giorgetto Giugiaro.

Para Tiempo BBDO ésta ha sido una experiencia única y marca el futuro de lo que la agencia busca en la relación con sus clientes. Según Siscu Molina, Director General creativo de la agencia "el hecho de participar en un proyecto de estas características reafirma nuestra visión de estar al lado de una marca como Roca acompañándole en todas sus actividades y ayudándole a construir su imagen de marca. Un edificio es una de las campañas más potentes que puede hacer una marca para comunicar sus valores y su producto".