



## Press Release

---

### **LA RED DDB LATINA SE PRESENTA EN SOCIEDAD**

**El objetivo de la red es la integración de los servicios y la creación de fenómenos sociales para los consumidores latinos.**

---

**Date** 02/02/09

**Location** Madrid

---

**Madrid, 8 de enero de 2009-** Juan Campmany, presidente y CEO de DDB España, Angel Riesgo, presidente ejecutivo de DDB Madrid y Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina, presentan hoy de forma oficial la andadura de un nuevo e importante proyecto para la red de agencias latinas pertenecientes a DDB.

Se trata de **DDB Latina**, una iniciativa única en el sector publicitario que nace producto de la unión de tres mercados: EEUU, Latinoamérica y España con el objetivo de aunar la cultura latina, la creatividad, la pasión y trabajo de los latinos para traspasar fronteras y desembocar en una única idea: la influencia latina.

Con el triangulo Sao Paulo-Miami-Madrid, como agencias líderes, DDB Latina se presenta como la nueva gran oferta del sector publicitario. Es una oportunidad para los grandes anunciantes españoles que tienen necesidades e intereses en los mercados latinos y que necesitan un liderazgo desde su país.

Desde el punto de vista de la estructura, DDB Latina cuenta con una amplia red. Son 34 oficinas, en 24 países, con 1.500 empleados, preparados para brindar la mejor oferta competitiva en cualquiera de los mercados latinos.



Nace así una nueva red de agencias con muchos valores agregados a los ya conocidos, pero que sobre todo va a destacar por **la sinergia natural de talentos latinos** que permitirán al anunciante su desarrollo en cualquier mercado latino del mundo, no solo haciendo buenos spots, sino creando fenómenos sociales que influyan a todos los niveles. Ese es el objetivo de DDB Latina.

La premisa fundamental de la red es que no se trata de una unión geográfica, sino más bien *“espiritual”* según define Juan Carlos Ortiz, presidente de DDB Latina. *“Queremos romper la barrera geográfica para crear una comunidad de intereses cultural y espiritual”*.

## **Formula de Trabajo**

DDB Latina, mantiene y persigue el espíritu y la obligación de DDB de innovar, por ello ofrece a los clientes dos nuevos conceptos que son el comienzo de una nueva etapa en el ámbito de la publicidad:

Por un lado, **la Influencia**. La publicidad tradicional ya no es suficiente. Hasta ahora se ha trabajado ejerciendo una presión vertical sobre los consumidores a través de la publicidad convencional. Ahora, para lograr nuestros objetivos, contamos con un aliado nuevo: los propios consumidores. Eso es **influencia horizontal**, lo que conocemos como el *“boca-oreja”*.

***“El más poderoso de todos los medios es el boca-oreja”*** -Bill Bernbach-



Por otro lado, DDB ofrecerá al cliente soluciones integradas de comunicación, todas ellas al mismo nivel de calidad, a través de un solo interlocutor, con un solo *fee*, y con especialistas en las distintas disciplinas. Este es el **SPOC, único punto de contacto** (ó *single point of contact*).

En DDB creemos que es una oferta consistente con estos tiempos donde los anunciantes buscan más eficacia y la aplicación de las ideas en las distintas áreas de la comunicación.

## **Clientes**

Actualmente, DDB Latina cuenta con 2 grandes clientes que han apostado ya por este nuevo modelo de negocio.

Son **Telefónica**, con quien se trabaja en varios países de la red; y la marca japonesa de móviles **Kyocera** con la que se comenzará a trabajar en febrero.