



“Buscando Serlo”, nuevo trabajo de Itaú y Grey para el Día del Padre.

Bajo el nuevo posicionamiento de la marca “Y vos qué estás buscando?”, que ubica a las personas en el centro de la comunicación, Grey Argentina desarrolló una campaña con motivo del Día del Padre.

El contenido busca reconocer el esfuerzo de todas esas parejas que están en la búsqueda de ser padres, contando las dificultades que a veces causa el proceso, las presiones sociales y la ansiedad de la espera, pero también destacar el valor y la esperanza que los hace seguir adelante.

https://www.youtube.com/watch?v=kBx_SnzO4b4