



EL TIEMPO RELATIVO DE REPSOL

La firma pone en marcha una superproducción para informar sobre la puesta en marcha del Mundial de Motociclismo 2011 y su patrocinio del equipo oficial Honda. Los pilotos Dani Pedrosa, Andrea Dovizioso, Casey Stoner y Marc Márquez son los protagonistas de la campaña, que destaca la importancia del trabajo de todo un equipo para conseguir esa centésima de segundo que marca la diferencia en los circuitos.

Repsol ha escogido los días previos al Gran Premio de España, que se disputa en el Circuito de Jerez, para lanzar su campaña publicitaria de competición para la temporada 2011. Sus protagonistas son los pilotos del Repsol Honda Team, Dani Pedrosa, Andrea Dovizioso y Casey Stoner, y Marc Márquez, Campeón del Mundo de 125cc en 2010, que este año compite en la categoría de Moto2.

La campaña, ideada por la agencia de publicidad McCann Erickson, muestra la personalidad de Repsol a través de valores como el talento, el esfuerzo, el trabajo en equipo y el espíritu de superación. "El motociclismo puede parecer un deporte individual, pero en realidad lo que ocurre sobre el asfalto depende totalmente del trabajo de un gran número de personas, dedicadas por completo a conseguir el carburante más eficiente, a analizar y sacar conclusiones de cada dato de cada carrera o a conseguir la moto que se adapta perfectamente al carácter y la forma de conducción de cada piloto", explican desde el área de marketing y comunicación de la firma.

Con esta campaña se busca transmitir un doble objetivo. En primer lugar, mostrar la personalidad de la compañía a través de valores como el talento, el esfuerzo, el trabajo en equipo, el espíritu de superación y de mejora continua, al mismo tiempo que se genera un sentimiento de afecto y admiración hacia la marca, representada en esta ocasión por su equipo en el Mundial de MotoGP. "En segundo lugar, la campaña pretende transmitir que Repsol pone a prueba sus productos en la alta competición, siendo éste un aspecto diferenciador frente a otras compañías patrocinadoras".

Para alcanzar estos objetivos, la campaña de publicidad recrea el trabajo que se realiza en el box del Equipo Repsol en el Campeonato del Mundo de Motociclismo, donde ingenieros, mecánicos y pilotos trabajan en equipo con un objetivo común: mejorar día a día. Y en este caso la mejora se traduce en ganar la centésima de segundo que marque la diferencia entre el resultado de un piloto y otro en la carrera.

Así, esta campaña trata de exaltar el valor de una centésima de segundo, porque "para algunos una centésima de segundo puede ser insignificante, para otros, puede serlo todo", como sucede para los miembros del Equipo Repsol.

Rodaje en Barcelona

De la mano de la agencia y de la productora Lee Films, Repsol recreó un box de competición en un plató de Barcelona y grabó también imágenes en el circuito Parc-motor Castellolí (Barcelona). El principal reto de esta producción, desde el punto de vista técnico, ha sido rodar todos los planos en alta velocidad. Para ello se contó con la última tecnología en cámaras de alta velocidad, la cámara Phantom flex.

Esta cámara es capaz de grabar a velocidades superiores a los 5.000 fotogramas por segundo. Para este proyecto se ha rodado en un rango entre las 500 y las 1.500 imágenes por segundo que ha permitido captar los detalles de cada gesto y de cada movimiento. El realizador a cargo del rodaje ha sido Segá, con la producción de Iván Fernández.

Un equipo técnico de más de 60 personas ha participado en la preparación de la campaña, que ha contado con el asesoramiento de pilotos para recrear con la máxima veracidad el ambiente que se respira en un box de competición. Durante el rodaje se utilizaron cuatro motos réplica de las oficiales de Dani Pedrosa, Andrea Dovizioso, Casey Stoner y Marc Márquez, así como de sus equipaciones oficiales (monos, cascos, guantes y botas). La fotografía ha corrido a cargo de Joan Garrigosa.

Estrategia de medios

La campaña de publicidad se ha estrenado en las principales cadenas de televisión en horario de máxima audiencia y coincide con la presentación del Equipo Repsol en el Complejo Industrial de Puertollano (Ciudad Real). Se han planificado varias oleadas (la compra y planificación de medios está en manos de MPG), coincidiendo con los grandes premios españoles y en todos los soportes: televisión (spots de 20 y 30 segundos). "Se trata de una campaña de imagen en la que se persiguen dos objetivos fundamentales: cobertura y notoriedad. Para alcanzar ambos objetivos, se ha planificado una campaña multimedia con presencia en televisión, prensa e Internet. La planificación en el medio televisión es muy cualitativa, con elevados porcentajes de Prime Time y posicionamiento y presencia en bloques de calidad en los programas líderes de audiencia de las televisiones nacionales", detallan desde Repsol.

Además de los spots para televisión y soportes audiovisuales, la campaña también consta de piezas para prensa y revistas (cabeceras nacionales y diarios deportivos con formatos especiales y convencionales), cuñas para el medio radio y un desarrollo específico para internet (se ha planificado con formatos rich media de alto impacto y notoriedad en los principales portales generalistas, diarios nacionales y deportivos y pre-rolls en las principales web televisivas y en el contenido audiovisual de máxima afinidad en deportivos).

FICHA TÉCNICA

Anunciante: Repsol
Producto: Patrocinio Motociclismo 2011
Contacto cliente: Teresa de Istúriz, Ana Camps, Mabel Casillas, Isabel Pinillo, Rebeca Manchado
Agencia: McCann Erickson Madrid
Director general creativo: Leandro Raposo
Director creativo ejecutivo: Pablo Colonnese
Director de arte: Ricardo Rovira
Redactora: Mercedes Lucena
Director prod. audiovisual: Luis Felipe Moreno
Equipo de cuentas: Javier Pascual, Paloma Lizarraga, Bárbara Puyol, Rocío González
Director de planificación: Oriol Bombí
Productora: Lee Films
Realizador: Segá
Postproducción: Molinare / Miopia
Sonido: AudioClip
Música: Lovemonk
Fotografía: Joan Garrigosa
Agencia de medios: MPG
Título: "Centésima"

El patrocinio de Repsol

Repsol está presente en el patrocinio deportivo del motor desde hace 41 años, apoyando este deporte a través de diferentes disciplinas como MotoGP, F1, Rallies, Dakar, Trial, Mundial de Turismos (WTCC), World Series, GP2... "El objetivo fundamental que Repsol persigue con el patrocinio de deportes del motor es el de probar y mejorar sus carburantes y lubricantes, utilizando las competiciones más exigentes como banco de pruebas para desarrollar productos de calidad, más eficientes, utilizando la tecnología más avanzada que se desarrolla en el Centro Tecnológico de Repsol — comentan desde marketing y publicidad de Repsol, departamento que está bajo la dirección de Teresa de Istúriz- El patrocinio deportivo es una herramienta de marketing muy valiosa para la Compañía y al mismo tiempo es la mejor plataforma para mostrar el rendimiento de sus productos".

Dani Moreno