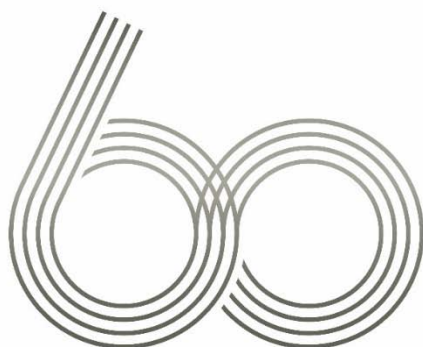


GROUPE RENAULT

PRESENTACIÓN PREMIO EIKON EDICIÓN CÓRDOBA 2016

CATEGORÍA 1: CAMPAÑA GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



60 AÑOS

FÁBRICA SANTA ISABEL
CÓRDOBA

*Fabricamos autos,
construimos historia*

Ejecutado por: Dirección de Comunicación y Sustentabilidad
Responsable: Julieta Rotger, Directora de Comunicación y Sustentabilidad

Tweet: El festejo de los 60 años de Fábrica Santa Isabel en Renault Argentina. Fabricamos autos, construimos historia.

Mayo de 2016

A. INTRODUCCIÓN

La Fábrica Santa Isabel comenzó a construirse el 12 de marzo de 1955 luego de que Henry Kaiser, productor industrial norteamericano, decidiera instalar un emprendimiento productivo en la provincia de Córdoba tentado por el programa de desarrollo industrial lanzado por el estado nacional.

Para la construcción de la Fábrica Santa Isabel se emplearon 4.900.000 kilos de acero, 2.000.000 de ladrillos y 9.800.000 kilos de cemento. Para transportar las 9.000 toneladas de equipos llegados desde Estados Unidos se necesitaron 600 viajes en camión desde Buenos Aires hasta Córdoba.

El 27 de abril de 1956, 14 meses después de iniciada la construcción salió de la línea de montaje, un gran éxito de Santa Isabel: el primer Jeep. Ese mismo año se fabricaron 2000 vehículos.

Por esa misma época, en Francia, Renault decidió internacionalizar la mitad de todo su volumen de producción. Para ello comenzó a asociarse con industrias locales en diferentes países del mundo y Argentina fue uno de esos países. Así fue que en 1959 firmó un convenio de licencia y asistencia técnica con Industrias Kaiser, ya instalada en Santa Isabel. Esto permitió que se iniciara la producción de modelos Renault en Córdoba. El modelo Dauphine primero y el Gordini después, fueron los primeros elegidos por el público local.

Con el correr de los años Renault y Kaiser fueron acordando nuevos planes de trabajo conjunto, hasta que en 1975 Renault compra el total accionario y nace Renault Argentina SA.

A lo largo de la historia, en la Fábrica de Santa Isabel, se produjeron –de manera ininterrumpida- 25 modelos y más de 3 millones de vehículos. Varios de estos modelos fueron transformando en verdaderos íconos de la industria nacional.

En el año 2015, Santa Isabel celebró sus 60 años con un flamante anuncio de nuevo proyecto industrial. Con una inversión de U\$ 100 millones de dólares, la Fábrica trabaja intensamente para instalar una nueva plataforma industrial y fabricar, desde mediados del 2016, los modelos Logan, Sandero y SanderoStepway.

Todos los logros obtenidos y el éxito de cada uno de los modelos que la marca fabrica en el país, se deben al compromiso y trabajo diario de los colaboradores de Renault Argentina. Fueron ellos, junto con los clientes y seguidores del Rombo, quienes celebraron este nuevo aniversario con diversas actividades y festejos durante todo el año.

De allí que la Dirección de Comunicación y Sustentabilidad de Renault Argentina tomara como eje transversal de comunicación para todo el año la conmemoración de los 60 años de

Fábrica Santa Isabel (en adelante FSI), generando multiplicidad de acciones para todos sus públicos, con los siguientes objetivos:

- Posicionar a Renault como una empresa nacional con 60 años de trayectoria que sigue apostando al futuro.
- Generar mayor sentido de pertenencia de los empleados hacia la Empresa (público interno).
- Reforzar la fidelización del público externo y así, fortalecer la imagen de marca de la Empresa.

En ese sentido, se proyectaron las siguientes acciones teniendo en cuenta a cada público:

- Público interno:
 - o Cartelería y tótems con historia
 - o Activación especial para el día del aniversario (12/03)
 - o Visitas guiadas de familiares a la planta
 - o Acuerdo con Museo de la Industria
- Público externo
 - Target periodistas:*
 - o Gacetilla en el día del aniversario, con material histórico disponible
 - o Distribución de información de prensa con material multimedia sobre el aniversario durante todos los eventos y acciones de la marca en 2015
 - o Evento para periodistas en FSI: visita a la Fábrica, línea de montaje y escuela de destreza, exposición de vehículos históricos, entrevistas a directivos, información de proyectos futuros, presentación de nuevas autoridades
 - Target público en general:*
 - o Concurso en redes sociales para seguidores de la marca
 - o Avisos institucionales
 - o Participación en Autoclásica en honor a los 60 años con acciones de relaciones públicas
 - o Acompañamiento en presentación del libro *“Del Jeep al Torino: la historia de IKA, primera planta automotriz integrada de Sudamérica”* en Academia Argüello

A continuación, detallaremos las características de los principales eventos realizados.

B. EJECUCIÓN

La primera medida fue crear una identidad gráfica que acompañara la ejecución del plan. Así, en conjunto con una agencia de Buenos Aires (TholonKunst), se concibió el isologotipo de los 60 años y el claim: **Fabricamos autos, construimos historia**. El claim buscaba no sólo transmitir la importancia de la fábrica en el forjado de la historia de la industria cordobesa y

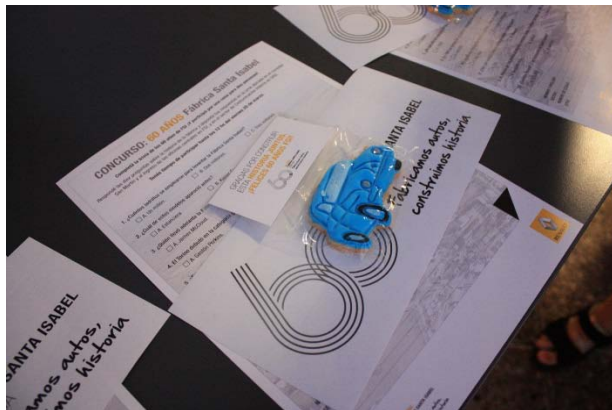
nacional, sino la idea de que cada automóvil que se fabricó en Santa Isabel cambió la vida de su dueño, creando míticas historias y relaciones que sobrepasaron el tiempo.

B.1. PÚBLICO INTERNO

B.1.a – Cartelería y tótems con historia

Para darle al evento la relevancia que merecía, se produjeron dos carteles importantes para la fachada de ingreso a Fábrica Santa Isabel, que permanecieron durante todo el año vistiendo la entrada principal. *Ver anexo A1.*

También se produjeron una serie de 12 tótems, que desplegaba en duplas, década por década, los principales hitos de la Fábrica. Estos tótems se dispusieron acompañando el camino de ingreso a la fábrica, y también se expusieron durante una semana en el hall de ingreso del edificio corporativo en Buenos Aires. *Ver anexo A2.*



B.1.b. Activación especial para el día del aniversario (12/03)

Si bien la calendarización de los festejos duró todo el año, el “Día D” se constituyó el 12 de marzo, ya que era el aniversario exacto de los 60 años de la colocación de la piedra fundacional de la planta. Ese día, los empleados

–tanto de Córdoba como de Buenos Aires– fueron recibidos por promotoras que, al ingresar a

trabajar, les entregaban una galletita con forma de Gordini, una calco con el logo de los 60 años y un cupón para participar de una Trivia de los 60 años. *Ver anexo A3.*

Ese mismo día, los empleados fueron sorprendidos por una mesa dulce temática en el Comedor, con tortas con forma de autos clásicos, cupcakes con “el rombo” y más galletitas especiales. La reacción de los colaboradores fue de suma sorpresa, ya que era la primera vez que se montaba una mesa dulce con ese nivel en el comedor fabril. *Ver anexo A4.*



Taller de Montaje de FSI. Más de 120familiaresparticiparon de la acción.

Familiares de colaboradores FSI recorriendo el Montaje.

B.1.c. Visita guiada familiares

Conocer la fábrica en movimiento siempre es un gran anhelo de los familiares de los colaboradores de las industrias automotrices. Como manera de honrar los 60 años, se abrió durante tres meses, previa inscripción, el programa de Visitas Guiadas para que familiares de los colaboradores puedan asistir a conocer el

B.1.d – Acuerdo con Museo de la Industria

El Museo de la Industria de la Provincia de Córdoba también acompañó los festejos por los 60 años de la Fábrica Santa Isabel, abriéndoles sus puertas a los colaboradores de FSI para que

tengan la posibilidad de conocer la historia de la Industria, especialmente los autos de IKA y Renault que tienen allí expuestos. Así fue que el Museo puso a disposición 100 pares de entradas y visitas guiadas especiales, que fueron repartidas entre los interesados previa inscripción.

B.2. PÚBLICO EXTERNO

Target periodistas

B.2.a – Gacetilla para el Día del aniversario

Con el objetivo de involucrar al conjunto de la sociedad en el 60° aniversario, los días previos al día del aniversario (12/03/15) se envió una gacetilla a los medios locales y nacionales compartiendo información de los orígenes de la planta y poniendo a disposición fotos históricas para ilustrar..

B.2.b – Evento para periodistas en FSI

El evento “de cierre” de los festejos de los 60 años ocurrió el 12 de noviembre de 2015, cuando se invitó a un grupo de periodistas locales y nacionales a Fábrica Santa Isabel. Cada detalle del evento, que tuvo una duración de casi 6 horas, fue cuidadosamente diseñado para transmitir la esencia del festejo: el aniversario de una planta industrial pujante, con una rica historia pero con un futuro igualmente promisorio.

Así, casi 60 periodistas participaron de un evento que tuvo la siguiente dinámica:

- 7:00 hs – Periodistas de Buenos Aires: Check in en Aeroparque, recepción a cargo de dos promotoras. Entrega de material informativo. Al arribar el vuelo, transfer desde Aeropuerto Córdoba hasta FSI.
- 9:00 hs – Meeting point en Dinosaurio Mall para periodistas de Córdoba. Transfer hacia FSI.
- 9:30 hs – Recepción en FSI en Salón Velez Sarsfield. Coffee y palabras de bienvenida. Entrega de elementos de seguridad (zapatos, chalecos).
 - 10:15 hs: Divididos en dos grupos, los periodistas recorrieron los Talleres de Soldadura y Montaje y visitaron la Escuela de Destrezas, el lugar donde se forma a los operarios.
- 12:00 hs. Ingreso a Auditorio
 - Espacios «Clásico» y «Futuro» (*)
 - Almuerzo, juegos interactivos (**)
 - Notas periodísticas (entrevistas a Julieta Rotger, Directora de Comunicación y Sustentabilidad y Javier Novo, Director Industrial (hasta el 31 de diciembre de 2015)
- 16:00 hs. Fin de la actividad. Entrega de souvenir (kit de prensa + remera 60 años + maqueta en 3D del nuevo proyecto industrial que se desarrollará en la fábrica a partir de 2018). Regreso de periodistas a Meeting points.

(*) Los espacios “Clásico” y “Futuro” fueron concebidos para reflejar la “historia con proyección” de la fábrica. En el Espacio Clásico se podían encontrar elementos decorativos de los años 50, un televisor antiguo con comerciales históricos de la marca, revistas especializadas de esos años, un sillón y muebles de época. En el espacio Futuro, había mobiliario futurista, un LED curvo proyectando imágenes de la Pick up que será producida en Santa Isabel a partir de 2018 y una impresora 3D *imprimiendola* misma pick up (las maquetas de pickup impresas en 3D fueron el souvenir principal de la visita).

(**) El juego interactivo fue una Trivia sobre la historia de FSI: cada uno de los invitadores recibió un pulsador y las preguntas aparecían en pantalla. Cada participante tenía 10 segundos para contestar y, al finalizar el juego, el que más respuestas correctas acertó ganó una Tablet IpadTouch.



Periodistas gráficos entrevistando a Javier Novo, Director Industrial de FSI al momento del evento.

Más imágenes en Anexo A5
Ver video en Anexo B

Target público en general

B.2.c – Concurso en redes sociales para fanáticos de la marca

Las redes sociales de Renault también acompañaron el festejo de los 60 años, acercando a los fanáticos de la marca a la historia de la fábrica cordobesa. Se realizó una Trivia Visual, un juego que consistía en “arrastrar” en 60” la imagen dentro del recuadro al que corresponda. Entre otras, se largaron las consignas:

- Ordenar el modelo del auto según los años.
- Indicar y arrastrar el logo del modelo según la imagen.
- Ordenar los logos de Renault según los años.

Una vez cumplida la consigna aparecía una pantalla que le indicaba al participante que había ganado y que completando sus datos podía participar de una visita guiada a FSI.

Así, 20 cordobeses visitaron la fábrica a lo largo del año y 6 personas de Buenos Aires fueron invitadas a viajar a Córdoba con todos los gastos pagos y fueron sumados al evento de periodistas, con una mención especial dentro de dicho evento.

En total participaron más de 12.000 personas.

B.2.d – Avisos institucionales

Durante todo el año, en distintos medios de comunicación, tanto gráficos como digitales y en vía pública, se realizaron avisos institucionales en alusión a los 60 años.

Ver imágenes de aviso en anexo A6.

Ver clip aviso digital en anexo C.

B.2.e - Participación en Autoclásica en honor a los 60 años

Como todos los años, Renault participa de la tradicional exposición de autos clásicos e históricos más importante de Sudamérica, organizada por el Club de Automóviles Clásicos de la República Argentina en el Boulevard del Hipódromo de San Isidro. En su stand, desplegó un sector especial dedicado al 60° aniversario de FSI, con juegos interactivos e información histórica para compartir y seguir celebrando.

Además, aprovechando este espacio se hicieron numerosas acciones de relaciones públicas con celebrities, ganando en notoriedad.

Ver anexo A7.



B.2.f. – Presentación de libro en Academia Argüello

La historia de Santa Isabel es, además de un orgullo para Renault, objeto de estudio para investigadores y personas interesadas en la historia industrial del país. En ese sentido, Renault apoyó durante 2015 la presentación **presentación del libro “Del Jeep al Torino: la historia de IKA, primera planta automotriz integrada de Sudamérica”**, que se llevó a cabo en el mes de septiembre en el Auditorio de la Academia Argüello; con motivo de los 60 años de la Institución y en el marco de los 60 años de la Fábrica Santa Isabel.

C. EVALUACIÓN / CONCLUSIÓN

El objetivo de generar awareness alrededor de los 60 años fue ampliamente cumplido. Todos los públicos apuntados tuvieron participación y se generó el impacto buscado.

A modo de conclusión, algunos hitos:

- Entre los empleados de Renault Argentina, se repartieron más de **2500 remeras y galletitas “Gordini”**.
- Más de **500 colaboradores participaron de la Trivia 60 años**, y se sortearon entre ellos 10 cenas para dos personas.
- Más de **120 familiares de empleados visitaron la planta** en el marco de las Visitas Guiadas para familiares, en el marco de los 60 años.
- Más de **12000 seguidores** de la marca participaron de las **Trivia Visual** en el Facebook de Renault. **20 ganadores cordobeses** visitaron la fábrica a lo largo del año y **6 ganadores de Buenos Aires** ganaron el viaje con todos los gastos pagos para visitar la fábrica.
- **60 periodistas** asistieron al evento de cierre de los festejos en FSI.
- **Se publicaron**, luego de ese evento, **43 notas**, todas de carácter positivo.
- **La acción de prensa generada para los 60 años de FSI fue uno de los ejes principales que llevó a Renault Argentina al logro de ser la primera automotriz en cobertura de prensa en 2015, totalizando más de 7.300 menciones en el año.**