

Premio Eikon 2017

Categoría 17: Publicidad institucional, Campaña general

“Atletas, sus valores están en Grupo Newsan”

Grupo Newsan

Personally - Inside PR

RESPONSABLES DEL PLAN:

GRUPO NEWSAN:

Marcelo Romeo, Gerente de Marketing & Comunicaciones

María Soledad Rodrigo, Jefe de Prensa

POR PERSONALLY:

Marcelo Altuna, Vicepresidente

Andrea Canónica, Directora General de Activaciones

Agustina Chávez, Directora Creativa

Gabriela Salice, Directora de Activaciones

Agustina Perez, Directora de cuentas



#Atletas la campaña de #GrupoNewsan por su 25 aniversario

“En la maratón de Buenos Aires, metros antes de llegar, me confundieron con un intruso, me gritaron que saliera, pero yo seguí corriendo...” Así comienza la historia de Mariano Mastromarino, atleta olímpico argentino, medalla de oro en la maratón de Buenos Aires...

En su historia, de lucha y esfuerzo, se resume el espíritu de esta campaña, la primera de envergadura institucional, que llevamos a cabo para celebrar los 25 años de Grupo Newsan.

DONDE TODO EMPIEZA:

Hay una certeza personal que anida en todos, una confianza que nos asegura que somos capaces de lograr lo que sea, aunque sólo nosotros creamos en eso. Aunque los de afuera nos miren incrédulos, casi como si estuviéramos locos...

25 años atrás, la idea de levantar una empresa de tecnología, o mucho más que eso, un verdadero holding económico y emprendedor podía parecer algo inalcanzable...impensado, pero alguien se lo propuso y confió en que podía pasar. Y lo logró.

En sólo dos décadas, Grupo Newsan desarrolló 5 unidades de negocio: Electrónica de Consumo y Artículos para el Hogar, Alianzas Estratégicas, Pequeños Electrodomésticos, Línea Blanca y Newsan Food a través de las cuales comercializa marcas como Noblex, ATMA, SIAM, Philco, Sanyo, JVC, Pioneer, Compaq, Braun, Microlab y JBL. Bajo la premisa de diversificar su negocio el último año incorporó Duracell, Revlon, Fagor y Sharp. Asimismo, compañías líderes como Huawei, Motorola, Alcatel, Sony, LG y Panasonic lo eligieron como partner estratégico local para la fabricación y distribución de sus productos. De esta forma logró ser la fuerza de distribución de Consumer Electronic más grande del país.

Hace 5 años diversificó su estrategia con la incorporación de la Unidad de Exportación Newsan Food, incursionando en la exportación de alimentos y derivados, llevando productos a más de 65 países y convirtiéndose en el principal exportador de pesca de Argentina.

Con 3.800 colaboradores en 8 plantas productivas y 3 centros logísticos en Tierra del Fuego y Buenos Aires, crea valor para sus distintos stakeholders como clientes, empleados, accionistas y comunidades.

Al igual que Grupo Newsan, el maratonista Mariano Mastromarino también confió en si mismo cuando se propuso ser el argentino que, luego de 10 años, ganara una medalla de oro en la maratón de Buenos Aires. Y lo logró.

Paula Pareto, creyó en sus fortalezas cuando soñó alguna vez con ser la primera judoca argentina en ganar una medalla de oro en los JJOO. Y lo logró.

Federico Grabich sabía de lo que era capaz cuando aspiró a ser el primer nadador argentino en lograr un podio en un mundial de piscina olímpica. Y lo logró.

Mariano, Paula y Federico confiaron en sus sueños. Sus valores y espíritu los llevaron a alcanzar su meta. Por eso, fueron elegidos para protagonizar junto a empleados de la compañía, ATLETAS, la primera campaña institucional de Grupo Newsan.

LA META:

Consolidar el posicionamiento de Grupo Newsan en el público calificado a partir de una campaña que construya sobre los pilares de trayectoria, calidad internacional, innovación y crecimiento.

LOS PÚBLICOS:

- Opinión pública calificada.
- Líderes de opinión.
- Empresarios.

LA CAMPAÑA:

Denominada ATLETAS, la campaña estuvo conformada por 4 spots: uno grupal y tres de ellos protagonizados por la yudoca Paula Pareto, el maratonista Mariano Mastromarino y el nadador Federico Grabich, deportistas

que representarían a la Argentina en los JJOO Brasil 2016.

Cada pieza plasmaba un valor del grupo: trayectoria, estándares internacionales y trabajo en equipo. A la vez que mostraba las historias de esfuerzo y dedicación que para cada atleta tuvo que recorrer alcanzar sus logros así como Grupo Newsan para alcanzar sus 25 años de liderazgo en innovación en el país.

LAS HISTORIAS DETRÁS DE CADA SPOT:

SIN TEMOR A LOS FUERTES

Sin temor a los fuertes fue la pieza protagonizada por Paula Pareto, porque Paula era la prueba que los apodos son sólo eso, apodos. La “peque”, como se la conoce popularmente, empezó a los 9 años y desde chica se animó a “enfrentarse y pelear contra gente más grande”, con la convicción que nacía desde su fuerza interior. Ella representó de esta forma, el pilar de la fortaleza y la trayectoria de 25 años de Grupo Newsan.

El resto son sólo apodos.

EL INTRUSO QUE NO FUE

Mariano Mastromarino, el intruso que no fue, cuenta una y otra vez la insólita conquista en la maratón de Buenos Aires del año 2014, donde se esperaba el triunfo de los keniatas: *“En los últimos metros logré pasar a los atletas favoritos. Los organizadores me confundieron con un intruso. Me gritaron que saliera, pero yo seguí corriendo, y gané el primer puesto”*.

Hacía diez años que un argentino no ganaba ésta competencia. Esa excelencia, representó de qué forma Grupo Newsan trabaja también bajo estándares internacionales. La inversión constante en tecnología e innovación produce un reconocimiento, que al igual que la hazaña de Mariano, ubica al país en el podio; una distinción que es para todos los argentinos.

LA SUMA DE LOS ESFUERZOS

Si el oro cayera al agua igual brillaría, porque el brillo de un atleta no es algo que se pueda ocultar. Y aunque en el agua se lo vea solitario, Federico Grabich no lo está: *“En el agua voy solo, pero en cada brazada está el empuje de mi familia y de mis entrenadores diciéndome que puedo”*.

Ninguna carrera exitosa puede forjarse en soledad. Y con esta lógica, el spot protagonizado por Fede representa la importancia del trabajo en equipo. *“El resultado final, es de todos”*.

Los 4 spots contaron con un condimento especial: la participación de 80 colaboradores de la empresa que se animaron a participar de un casting y compartir sus historias de vida, sus valores, y sus sueños personales y profesionales.

Bajo la supervisión del reconocido director Claudio Divella y su productora Divella Cine, el rodaje de la campaña se realizó en Tierra del Fuego, corazón de Grupo Newsan y fue presentada en el mes de julio del 2016 en la previa de los JJOO para capitalizar el interés genuino que este tipo de acontecimientos deportivos despierta en la prensa y nuestros públicos target.

A nivel explotación, la misma Incluyó una pauta en cines, redes sociales y avisos en gráfica.

LOS RESULTADOS:

Más de 50 mil personas vieron la campaña a sólo una semana del lanzamiento. Logramos llegar a la opinión pública calificada, con un contenido que les produjo “orgullo nacional”. Esto nos ayudó a mejorar la percepción de Grupo Newsan en este público, logrando ingresar, por primera vez, a uno de los rankings de reputación más importantes de la Argentina: “Las 100 mejores en imagen” de Revista Apertura.

Más de 100 fueron las notas alcanzadas en prensa, que se tradujeron en un VAP (Valor Aproximado Publicitario) de casi \$4.000.000 y más de 20.000.000 de contactos alcanzados. El 70% de nuestras gestiones, se concentraron en medios tier 1 y 2. Entre ellas, un 40% de las mismas corresponden a amplificación de influenciadores y líderes de opinión, que se emocionaron con las historias y las compartieron en sus redes. La coyuntura resultó un contexto ideal para la gestión de notas con los atletas, respondiendo positivamente a la estrategia planteada.

“Cuando descubrimos las historias de Paula, Federico y Mariano, nos vimos reflejados en cada uno de ellos por su dedicación, compromiso y confianza, esa certeza personal que puede conducirnos al objetivo; como el de llevar a la Argentina a un lugar mejor, al lugar de la innovación tecnológica, el desarrollo y los sueños cumplidos”,

Marcelo Romeo, Gerente de Marketing & Comunicaciones de Grupo Newsan.