



ID: 96115199

30-11-2021

MAPFRE



ALPINE
F1[®] TEAM

MAPFRE

OFFICIAL PARTNER

MAPFRE
COM O **pé no**
acelerador

Com um sólido histórico de patrocínios desportivos, a seguradora mantém a aposta nos grandes patrocínios com dimensão internacional



guity) ou o mais recente BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear e Incomprehensible), o mundo apresenta-se hoje cada vez mais complexo e em constante mudança. Os novos conceitos de comunicação, e, dentro destes, as novas formas e modelos de publicidade, a influência do mundo digital e consumidores e clientes em constante mutação determinam este crescente interesse das marcas e dos profissionais de marketing e comunicação por esta área.

As empresas enfrentam cada vez mais novos desafios porque, com o fenómeno da globalização, a comunicação e concorrência são cada vez mais agressivas. Existe uma necessidade crescente de diferenciação e muitas empresas encontram nos patrocínios desportivos uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes.

O MUNDO DO DESPORTO

Pela imprevisibilidade do resultado, o desporto é hoje um espectáculo global, com enorme exposição mediática, que desperta paixões entre os seus fãs e entre praticantes. Também por isso, o desporto oferece maior proximidade entre marcas e consumidores, ajuda a aumentar a notoriedade, credibilidade e simpatia pela marca, incentiva atitudes positivas por parte dos consumidores em relação a uma marca, produto ou serviço, reforça a imagem corporativa e, ainda, influencia opiniões, atitudes e decisões de compra no dia-a-dia, pelo que poderá contribuir para aumentar as vendas e incrementar a quota de mercado da marca.

O referido, conjugado com o sentimento de goodwill do patrocínio (que apresenta melhor aceitação por parte do público do que a publicidade), faz com que este seja hoje um meio essencial em qualquer planificação de marketing e comunicação, uma vez que permite otimizar a visibilidade, beneficiando dos valores e das qualidades dos patrocinados, onde a publicidade não chega.

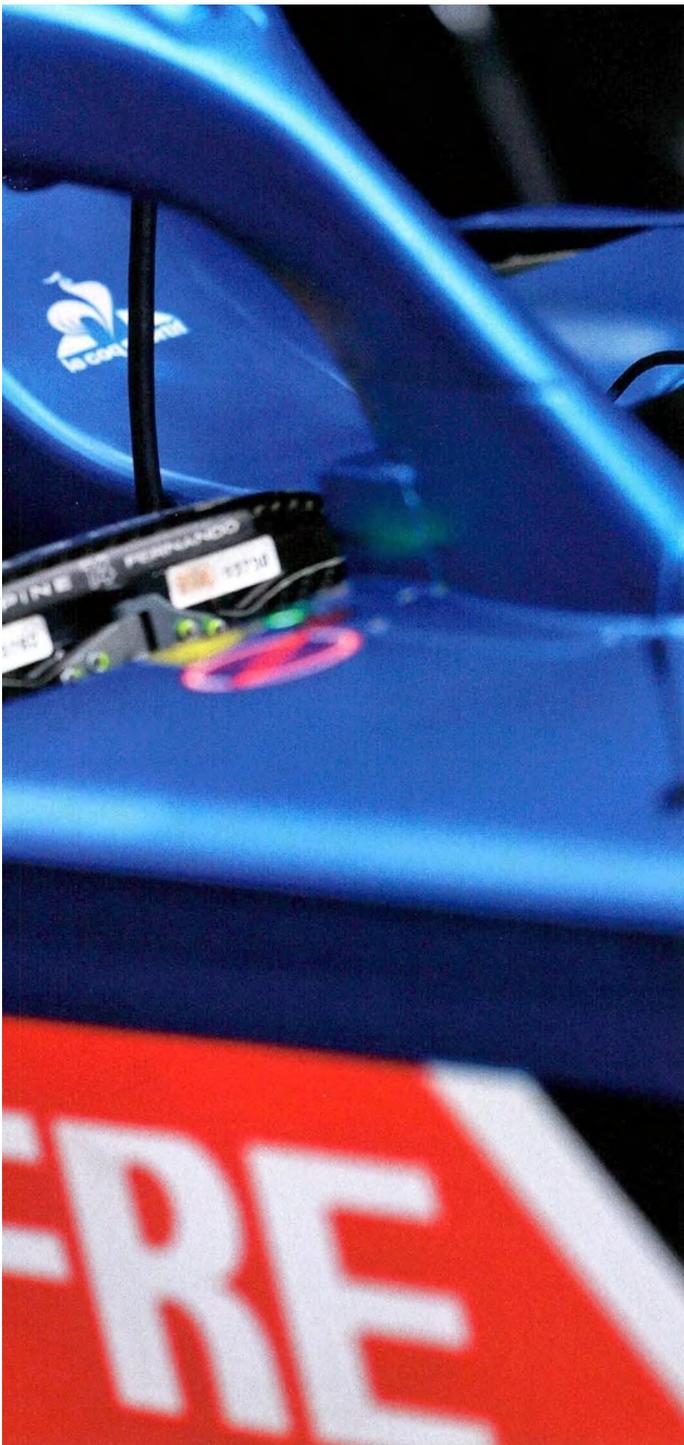
A SEGURADORA MAPFRE

A seguradora MAPFRE cedo tomou consciência desta realidade e, ao longo das últimas duas décadas, tem adoptado este recurso estratégico, associando a sua imagem a diversos eventos e personalidades do mundo desportivo, tendo adquirido direitos de comunicação e promoção associados aos seus patrocínios. Sem perder de vista que a longa duração/longevidade deste tipo de patrocínios são características fundamentais que transmitem uma imagem sustentável e forte da seguradora.

A MAPFRE tem vindo a ser uma referência neste campo e é reconhecida no mercado pelo seu extenso leque de patrocínios desportivos a nível mundial. Actualmente, a seguradora continua a consolidar a sua posição no mundo da Fórmula 1: além do patrocínio corporativo oficial à Alpine F1 Team desde o ano passado, passou também a patrocinar o piloto espanhol Fernando Alonso.

Desde a década de 60 que as marcas têm vindo a dar uma importância crescente aos patrocínios, nomeadamente desportivos, investindo cada vez mais nesta área.

As marcas, de muitos sectores de actividade, estão conscientes das necessidades de visibilidade e exposição e que tal não é optimizado apenas com planos de media convencionais. Quer tenhamos em conta o acrónimo VUCA (Volatility, Uncertainly, Complexity, Ambi-





Mapfre

Na temporada de 2017, a seguradora também já tinha patrocinado a equipa de Fórmula 1 da Renault Sport Formula One Team. Antes disso, deixou também a sua marca no desporto de duas rodas, tendo patrocinado uma equipa presente no Circuito Mundial de Motociclismo – MotoGP.

Durante mais de uma década, a seguradora manteve um forte apoio ao ténis, através do patrocínio do tenista Rafael Nadal (início em 2008), tendo sido muito relevante a colaboração com a Federação Espanhola de Ténis na formação das futuras gerações de tenistas.

Outro evento desportivo global que foi também uma grande aposta da seguradora desde 2011 passou pelo apoio ao desporto náutico, presente na regata Volvo Ocean Race, a principal regata da volta ao mundo, que contou activamente e em várias ocasiões com a participação de equipas MAPFRE. Este evento representou um verdadeiro reflexo dos valores que fazem parte do ADN da seguradora.

APOIO À FÓRMULA 1

Sendo a MAPFRE uma seguradora global que afirma o seu posicionamento estratégico a nível internacional, o patrocínio corporativo vinculado à Fórmula 1 vem maximizar as oportunidades globais que se apresentam neste tipo de desporto.

O patrocínio corporativo da equipa Alpine F1 Team e do campeão mundial, Fernando Alonso, traduz-se no reconhecimento da marca MAPFRE e na associação aos valores que estes desportos representam, além do retorno em termos de notoriedade e diferenciação da marca.

Para Fernando Alonso, é importante que os valores entre patrocinador e patrocinado sejam partilhados, tais como a inovação, confiança e globalidade. São estes valores que vão reforçar o posicionamento da marca e a procura da excelência e da superação. Neste caso, a marca associa-se também à credibilidade e prestígio do desportista.

CAMPANHA AUTOMÓVEL IMPARÁVEIS

Foi com este novo patrocínio, e sob o conceito transversal “Somos Imparáveis”, que a seguradora lançou uma campanha comercial tendo como pano de fundo o estimulante mundo da Fórmula 1, comunicando as vantagens e benefícios diferenciais dos seus seguros automóvel aos seus parceiros e clientes.

Esta campanha representa o esforço que não se vê, mas que está sempre por detrás de um grande piloto como Fernando Alonso, e de uma equipa como a Equipa Alpine de F1. Os profissionais da seguradora são, por isso, um reflexo desta analogia, capazes de se adaptar a qualquer situação.

CAMPANHA GLOBAL

A campanha teve início em Espanha e foi lançada neste país, sede da seguradora, com um forte dispositivo publicitário. Por



▲ **Fernando Alonso**, piloto da Alpine F1 Team

alinhamento internacional, a nova campanha está a ser utilizada, em vários formatos, dependendo do mercado e da presença da marca no mesmo, considerando ainda os cerca de 50 países, dos cinco continentes, onde a MAPFRE está presente com os seus produtos e serviços.

Em Portugal, a campanha comercial, que oferece inúmeras vantagens aos clientes, foi direccionada para acções de comunicação interna com a rede comercial da seguradora, estando ainda presente nos suportes de comunicação das mais de 100 lojas espalhadas por vários pontos do país, no site e simuladores online da marca.

Esta campanha comercial, sob a alçada de “Somos Imparáveis”, oferece aos clientes da seguradora:

- descontos até 50% nos seguros automóvel, sendo extensível a motos;
- nova app de assistência MAPFRE Assist, com a possibilidade de pedido de assistência online a partir do telemóvel, geolocalização automática da viatura, e seguimento do reboque em tempo real;
- nova cobertura de assistência em viagem premium, com capitais mais elevados e, em caso de imobilização do veículo seguro (avaria ou acidente com pedido de assistência), disponibiliza um veículo de substituição durante a reparação, até cinco dias seguidos. ■