

Campanha publicitária da Galp Energia de apoio à selecção arranca hoje

Galp Energia desafia adeptos portugueses a tocar vuvuzela para apoiar a selecção

- “Um minuto de energia positiva antes de cada jogo” é o repto da nova campanha
- Televisão, Rádio e Internet são os meios escolhidos
- Milhares de vuvuzelas à venda nos postos Galp por 1€ ou adquiridas através da troca de 100 pontos Fast

Arranca hoje a campanha publicitária da Galp Energia para apoiar a selecção nacional no Mundial da África do Sul. Visando dar expressão à paixão lusa pelo futebol, a Galp Energia criou uma “banda sonora” de apoio à selecção. A solo, em grupo ou até mesmo em orquestra, a campanha desafia os adeptos a “sopram” a vuvuzela com toda energia um minuto antes do início de cada jogo de Portugal. A vuvuzela é um instrumento musical originário das tribos sul-africanas que, há cerca de duas décadas, foi introduzido no futebol sul-africano como instrumento de apoio utilizado pelas claques das várias equipas.

Televisão, rádio e Internet são os meios escolhidos para incentivar os adeptos a apoiar a selecção, tocando a vuvuzela. Os jogadores da equipa nacional, Nani e Simão, são os protagonistas escolhidos para os filmes promocionais, e aparecerão em várias situações sempre acompanhados pelo som das vuvuzelas. A criatividade da campanha publicitária ficou a cargo da BBDO e a produção foi da responsabilidade do Ministério dos Filmes.

A vuvuzela e o apoio da Galp Energia à selecção nacional não ficam apenas pelos meios de comunicação social. Como forma de incentivar o apoio dos portugueses, a Galp Energia vai trazer um especialista sul-africano para ensinar os adeptos a tocar a vuvuzela, nas ruas, postos de abastecimento Galp e até nas redes sociais. As vuvuzelas poderão ser adquiridas por 1 euro nos postos Galp, ou através da troca de 100 pontos Fast.

Um apoio que já tem dez anos

A Galp Energia é patrocinadora da selecção das Quinas desde 1999 e nos últimos anos tem conseguido criar campanhas de apoio de elevada notoriedade. Foi o caso em 2004, com a criação do hino do Euro – “Menos ais” – uma iniciativa que gerou um movimento sem precedentes, entrando para o topo da tabela de vendas do programa de televisão “Top Mais”, com um grau de reconhecimento dos consumidores superior a 85%.

Em 2006, a Galp Energia voltou a inovar no apoio à selecção com a iniciativa inédita do cordão humano virtual que incentivava os adeptos portugueses a darem as mãos até à Alemanha, onde se realizou o Mundial. A iniciativa mobilizou mais de 750 mil adeptos sob o lema “Se a Galp é nº1 em Portugal, Portugal também pode ser nº1 no Mundial”.

Para o Euro 2008, a Galp Energia criou o *ambition bus*. O autocarro da selecção rolou ao som de Bob Dylan, que aceitou, pela primeira vez na Europa, que uma marca utilizasse uma música sua. Nesse ano, a Galp Energia desafiou os adeptos a expressarem pessoalmente as suas emoções, assinando e deixando mensagens de apoio no autocarro da selecção nacional e o resultado foi uma adesão massiva que deixou o veículo totalmente coberto de nomes de muitos portugueses.

Galp Energia, SGPS, S.A.

Relações com Investidores e Comunicação Externa
Tel: +351 21 724 26 80 Fax: +351 21 724 29 65
Telemóvel: +351 96 177 34 44

Website: <http://press.galpennergia.com>
Email: galp.press@galpennergia.com

