Vuelve JASP: Renault recupera la campanya que marcó una época en los años 90

Motor | 30/05/2022



La campaña se estrena mañana, 31 de mayo, y contará con varios vídeos que reflejan cómo han evolucionado los JASP y la tecnología embarcada en los coches

La generación JASP (Jóvenes Aunque Sobradamente Preparados), que surgió en los años 90, representaba a los jóvenes con un alto nivel formativo, idiomas y conocimientos que no estaba valorada tal y como se merecía. Por ello, Renault decidió ponerles en valor dedicándoles una campaña publicitaria que giró en torno a un coche tan joven y preparado como ellos: Renault Clio.

Actualmente el concepto JASP continúa en las mentes de toda una generación y, además, sigue representando a los jóvenes en busca de construir una carrera profesional. En este contexto, Renault ha decidido actualizar esta mítica campaña con #JaspUpdated ligada a Nuevo Megane E-Tech 100% eléctrico como protagonista, que representa la disrupción vivida durante los últimos años en términos de tecnología, conducción y sostenibilidad. De esta forma, los videos destacan atributos del vehículo como su sistema multimedia OpenR Link con Google integrado, su equipo de música Harman Kardon o su conducción 100% eléctrica con hasta 220 CV y 470 km de autonomía.

El encargado de volver a dar vida a JASP ha sido el actor Eduardo Noriega. El mítico actor español que inició su carrera en los años 90 y que fue - y sigue siendo - un joven sobradamente preparado: estudió durante varios años solfeo, armonía, coral y piano en el conservatorio de Santander, realizó estudios de arte dramático en Madrid, etc. En la actualidad, cuenta con una impecable trayectoria profesional en la que ha cosechado múltiples premios y, además de haber trabajado en múltiples películas españolas, también lo ha hecho en Estados Unidos, Argentina y Francia. Curiosamente, su primera película - Historias del Kronen - fue estrenada en 1995, el mismo año que la campaña JASP.

La acción, que comenzó el 24 de mayo en formato teaser con publicidad en exteriores (OOH), se estrenará mañana, 31 de mayo, con publicidad en digital, con vídeos que rememoran al spot original, así como un grupo de influencers que amplificarán la acción, entre los que se encuentran Nuria Casas, Aleagullosm, Moderna de Pueblo, Sergio Mur, KIRON (Iván), Francisco Garcia (Kikillo), Nerea Muro, Gianfranco La Vecchia, Albert (Uy Albert) y Sergio Jurado.

Como pistoletazo de salida de #JaspUpdated, Renault ha presentado la campaña en un evento organizado en el Espacio Rastro en Madrid junto con Eduardo Noriega y el monologuista Eduardo Aldán, que han dado su visión sobre cómo ha evolucionado el concepto JASP durante estas dos décadas. Durante el evento donde se ha recreado con diferentes elementos los años 90 y el actual 2022 (pudiendo los invitados pasar de un mundo a otro tan solo cruzando una línea) también se expusieron un Clio de primera generación y un Megane E-Tech 100% eléctrico, que encarna a los JASP de hoy: jóvenes con otras inquietudes, como cuidar el medio ambiente, crear tendencias y defender sus creencias. Como broche final, se formó un dúo musical con la joven Nerea Rodríguez junto con Modestia Aparte, un grupo español de música pop y pop rock fundado en 1988.

“Hemos querido recuperar nuestro eslogan JASP para homenajear a toda una generación que luchó por eliminar los prejuicios sobre los jóvenes. Mientras que en 1995 el protagonista fue Renault Clio, un coche que aportó independencia y libertad a sus conductores, en 2022 Megane E-Tech 100% eléctrico es la mejor prueba de esta actualización: un coche que acaba de nacer pero que tiene todas las cualidades para llegar a lo más alto. Sin duda, arrancará más de una sonrisa a los JASP de los 90 y enganchará a los JASP actuales.”

Beatriz Navarro, Directora de Marketing de Renault en España y Portugal

Autor: Redacció