Renault Clio: 33 años de anuncios inolvidables

Motor | 27/09/2023



GironaNotícies.com®

También es digno de mención el cortometraje que se originó en el Reino Unido en 2019, que utiliza la música de Oasis "Wonderwall"

Con tres décadas de historia, la saga publicitaria de Renault Clio es tan impresionante como la trayectoria de este icónico modelo, que ha vendido más de un millón de unidades en España y más de 16 millones en todo el mundo, convirtiéndolo en el modelo francés más vendido globalmente. El vehículo urbano "Joven Aunque Sobradamente Preparado" ha sido una fuente inagotable de inspiración para los publicistas, con numerosas campañas y eslóganes memorables desde su debut en 1990.

Un comienzo discreto

Aunque el Renault Clio cosechó un éxito inmediato tras su lanzamiento en 1990, obteniendo los elogios tanto del público como de la crítica y siendo nombrado Coche del Año en España y en Europa en 1991, su primera campaña televisiva pasó relativamente desapercibida. Esta campaña inicial utilizó efectos especiales exagerados que transformaron al vehículo en un robot de aspecto peculiar. Sin embargo, esta campaña fue solo el inicio de una serie de anuncios memorables y apreciados por el público.

Los años 90: Campañas icónicas

Las campañas publicitarias de la década de 1990 fueron particularmente memorables. En 1992, se llevó a cabo una colaboración con el popular grupo musical de la época, Mecano, para crear una versión especial del Clio. Esta colaboración no solo quedó en la memoria de muchos, sino que también ganó el premio TP de Oro al mejor anuncio de 1992.

Tres años después, surgió la icónica campaña "JASP" (Joven Aunque Sobradamente Preparado) para promocionar el Renault Clio en España, lo que se convirtió en todo un fenómeno. Esta campaña homenajeaba a los jóvenes con un alto nivel educativo, idiomas y conocimientos que no eran debidamente valorados. Renault decidió rendirles tributo mediante una campaña centrada en un automóvil tan joven y preparado como ellos: el Renault Clio. De hecho, el término "JASP" sigue siendo utilizado y se ha relacionado recientemente con el Renault Megane E-Tech 100% eléctrico.

En 1996, con el lanzamiento de la segunda fase del modelo, Renault creó el Renault Clio Apple, "el único automóvil con un ordenador portátil", que incluía un Macintosh PowerBook 190 en color. Esta campaña no se limitó a la televisión, también se realizó en formato impreso.

Además, los modelos deportivos de la primera generación de Clio también tuvieron un gran protagonismo, como el Clio 16V con 140 CV que llevaba el eslogan "El vértigo existe", y el Clio Williams azul con llantas doradas, que tenía "cuerpo de Clio y alma de Williams".

Campañas con humor

En ocasiones, una campaña publicitaria se vuelve más famosa que el producto en sí. Mucha gente recuerda el cortometraje que promocionaba la edición limitada MTV de la segunda generación de Clio en 1999.

La fama de este anuncio superó con creces a la propia versión del vehículo que se anunciaba. La repetición del famoso "Gueropa...", que es lo que se escucha del estribillo de la canción de James Brown "Get Up (I Feel Like Being a) Sex Machine", resultó irresistible y tuvo un impacto enorme.

Este sentido del humor también se aplicó a la versión Renault Sport de la segunda generación de Clio con el anuncio "Mono con ballesta", que destacaba el placer de conducir ese automóvil. En los medios impresos, se bromeó con la exclusividad del Clio V6 con el mensaje "El amigo de un amigo de la cuñada de la vecina de la novia de mi hermano dice que una vez vio uno".

El poder de las imágenes y la buena música

Para el Clio IV y el Clio V, se utilizaron otras estrategias publicitarias, principalmente el llamado a las emociones. Por ejemplo, el primer anuncio de la cuarta generación resaltó el atractivo diseño del vehículo, con personajes recordando vívidamente la primera vez que lo vieron, bajo el lema "Siempre recordarás la primera vez que lo viste".

También es digno de mención el cortometraje que se originó en el Reino Unido en 2019, que utiliza la música de Oasis "Wonderwall" y cuenta la larga relación entre dos amigos que se convierte en una historia de amor con el paso de los años, mientras las cinco generaciones de Clio crecen a su lado.

En 2022, se lanzó el anuncio "siempre Clio, ahora híbrido", con la canción "Video killed the radio star" como banda sonora, que recuerda de manera colorida y retro la historia del Clio y sus características históricas, siempre adaptadas a su época.

Finalmente, a finales de año se estrenará un nuevo anuncio de Renault Clio, con una música y una letra hechas a medida por el rapero belga Scylla, lo que promete ser una sorpresa para los amantes de esta icónica saga publicitaria. La historia de Renault Clio continúa emocionando y sorprendiendo a su público.

Autor: Redacción