

El vídeo del nuevo Civic Type R nos muestra “La otra cara” de Honda

Honda ha lanzado hoy un nuevo vídeo online interactivo en el que se muestra “la otra cara” de la marca como avance del esperadísimo lanzamiento del nuevo Civic Type R en 2015.

Honda puede presumir de una gran reputación por su excelencia en ingeniería, tecnología y fiabilidad. Sin embargo, lo que en esta campaña se destaca es el “la otra cara” de Honda, que proviene de su herencia deportiva y su constante pasión por innovar.

Durante 2015, Honda lanzará el nuevo Civic Type R, que promete ser el modelo más extremo y de mayor rendimiento que haya lucido la famosa insignia de la H roja y encarnará a la perfección este otro lado de la marca. Como se deja claro en el vídeo, el Type R es el nuevo alter ego agresivo del Civic 5 puertas que los clientes ya conocen y en el que han depositado su confianza.

En el vídeo, la intención es mostrar estas dos caras de Honda haciendo partícipes a sus seguidores en una doble narrativa de máxima adrenalina. La historia se divide en dos líneas narrativas paralelas: una durante el día y otra durante la noche. En la historia que acontece durante el día, aparece un padre recogiendo a su hija del colegio en su Civic blanco para llevarla a una fiesta sorpresa. Por otro lado, en la historia que se desarrolla durante la noche, se muestra la otra cara del padre: un agente de la policía secreta dirigiendo a una banda de ladrones de obras de arte a una emboscada policial en un flamante Type R rojo. Aunque con tonos muy diferentes, ambas historias se superponen a la perfección en la composición.

El vídeo comienza con el Civic en pleno día, con mensajes que solicitan la interacción del usuario a medida que aparecen. Entonces, el espectador puede alternar entre la historia del Civic y la del Type R con solo pulsar la tecla “R” del teclado. El efecto es espectacular y trepidante; un gran cambio entre dos historias fascinantes que hace un guiño a la sensación de pulsar el botón “R” del nuevo Type R para activar el modo más deportivo.

Al pulsar la tecla “R”, las secuencias del director de este vídeo quedan en manos de los espectadores, ya que pueden pasar en tiempo real de una historia a otra. Gracias al sonido y las escenas perfectamente coordinadas, es imposible no sentir el poder de la otra cara de Honda.

Este vídeo se ha lanzado hoy 30 de octubre en Youtube y marca el inicio de una campaña paneuropea que continuará a lo largo de 2015. Puedes ver el vídeo aquí: <https://www.youtube.com/user/HondaEspana>.

Para deleite de los seguidores del mundo de las carreras, Gabriele Tarquini, el piloto de éxito del Campeonato Mundial de Turismos (WTCC) de Honda, hace un cameo en el vídeo, pero tendrás que estar muy atento si no te lo quieres perder. Está bastante escondido con la intención de promover una mayor participación en las redes sociales.

Martin Moll, Head of Marketing de Honda Motor Europe, nos explica algunos puntos de la campaña: “Esta campaña marca un momento importante para Honda. El Civic Type R es uno de los cuatro modelos nuevos que Honda lanzará en 2015 y tiene el potencial de proporcionar a la marca un efecto de halo definitivo. Dado que nuestros productos son conocidos por ser innovadores, nuestro estilo de comunicación no va a ser una excepción. Por poner un ejemplo, no conocemos a nadie que desarrolle contenidos interactivos para los usuarios de esta forma tan radical, lo que nos proporcionará un atractivo irresistible.”

Este vídeo ha sido grabado por el aclamado director Daniel Wolfe, figura creativa responsable de diversos anuncios galardonados, vídeos musicales y del éxito del Festival de Cine de Cannes “Catch Me Daddy”. La música la ha compuesto Bobby Krlic, también conocido como The Haxan Cloak.

Daniel Wolfe, director en Somesuch afirma: “Me encanta la idea; la simplicidad de un solo botón en el Type R. El usuario decide las secuencias. Salta entre dos mundos. Este trabajo ha sido increíble: crear una doble narrativa que se entrelaza, trabajar con Jean-Philippe Ricci, Slimane Dazi y Mourad Frarema, filmar en 35 mm con Robbie Ryan, crear las dos caras del mundo de Honda y hacer que se encuentren. Honda cuenta con un legado magnífico de publicidad y ha sido un placer trabajar con Scott Dungate, Lou Hake y el equipo de Wieden en este proyecto.”

Scott Dungate, director creativo de Wieden+Kennedy London, opina: “La belleza de esta idea está en la simplicidad de la interacción. El simple acto de pulsar la tecla “R” permite al espectador dirigir el vídeo al poder alternar entre las dos historias. Resulta un salto emocionante y muy atractivo: del mundo de día del Civic al mundo nocturno salvaje del Type R. Es como activar el modo deportivo y pisar a fondo. Sientes poder y emoción. Con esto, esperamos que la gente pueda sentir la otra cara de Honda, además de verla.”

Datos de contacto:

Honda Motors

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>