

Galp e Anselmo Ralph juntam-se em campanha de oferta de bilhetes para o Rock in Rio Lisboa

- Clientes que abasteçam até €20 em combustível utilizando a App Mundo Galp habilitam-se a ganhar um dos 1.000 bilhetes a sortear para o Rock in Rio.
- Campanha criada pela agência O Escritório presente em TV, *social media* e nas lojas Galp.

A Galp lançou esta semana uma nova campanha televisiva protagonizada por Anselmo Ralph para promover o sorteio de 1.000 bilhetes para o Rock in Rio, entre os clientes que abasteçam pelo menos €20 em combustível e que usem a App Mundo Galp.

Patrocinadora principal do Rock in Rio, a Galp convidou a agência O Escritório para desenvolver a criatividade de uma campanha que junta – com humor e em torno do número 20 – três marcas de referência para os portugueses: o Rock in Rio, que assinala este ano os 20 anos de presença em Lisboa; Anselmo Ralph, que comemora 20 anos de carreira e tem estreia agendada para o Rock in Rio a 23 de junho; e a Galp, que abre as portas à possibilidade de os seus clientes irem ao festival por apenas €20.

“O Anselmo demorou 20 anos a chegar onde qualquer um pode chegar por €20” é o lema da campanha cuja produção ficou a cargo da Show Off. Além de estar presente em televisão desde quarta-feira, dia 10, com spots de 20” e de 30”, a campanha está também presente nas redes sociais e nas lojas Galp.

“Esta é uma campanha que corporiza o eixo central da matriz Galp: os nossos clientes”, sintetiza Filipa Lopes Ribeiro, Head of Brand da Galp. “É para eles, no fundo, que trabalhamos e que nos desafiamos diariamente a sermos melhores. Esta campanha surge exatamente nesse sentido. Queremos convidá-los a juntarem-se a nós num momento de celebração como o Rock in Rio, oferecendo-lhes a possibilidade de ganharem bilhetes diários através da nossa aplicação Mundo Galp”.

Os spots televisivos e o *making-of* da campanha podem ser descarregados [aqui](#).

Galp

Media Relations

Diogo Sousa | Pedro Marques Pereira | Gonçalo Venâncio

galp.press@galp.com