

Enrique Arribas

Director de Estrategia Publicidad y Patrocinios.
División Global de Marketing Corporativo y Marca.

Patrocinio Santander-Ferrari

Foro Internacional de la Automoción

Zaragoza, 24 de febrero de 2011

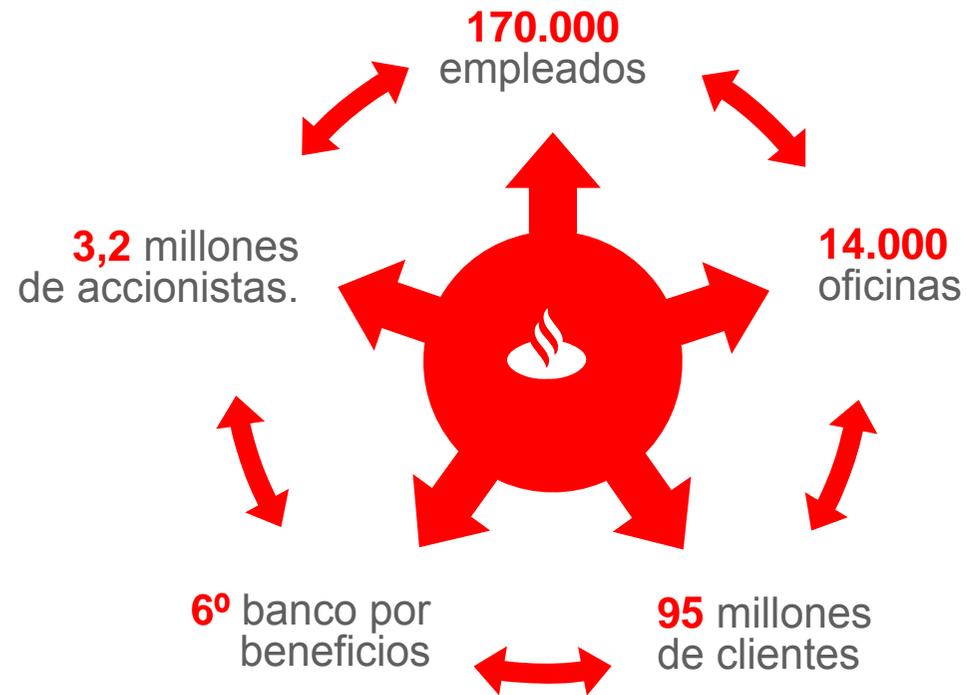
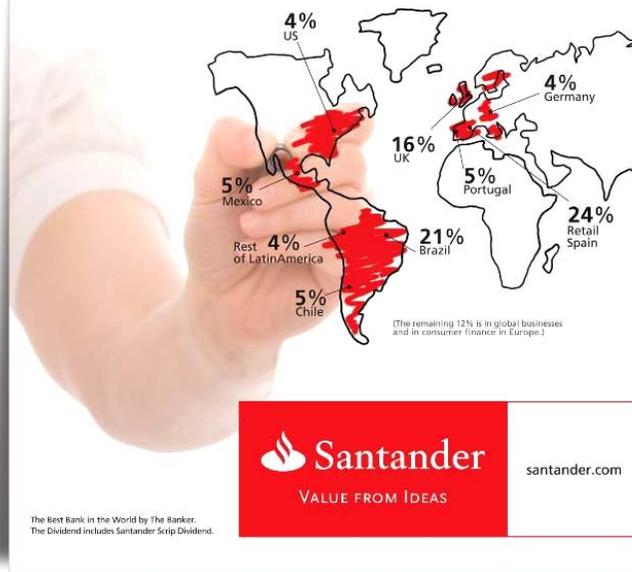
Santander, un banco internacional.



Only the best international bank can pay the biggest dividend in the world

Thanks to a solid retail banking model and geographical diversification, Banco Santander distributed EUR 4.92 billion of its 2009 profits in dividends.

Geographical distribution of 2010 first-quarter profit:



Muy buena reputación y una gran marca.



Somos la **4^a** marca financiera mundial y la **1^a** de la zona euro.

We're building the best bank for you

- Best Bank in Western Europe.
- Best Project Finance in Latin America.
- Best Bank in the United Kingdom.
- Best Bank in Spain.
- Best Bank in Chile.
- Best Bank in Portugal.

We dedicate all our efforts to you. Because you deserve the best bank. Santander, closer and stronger.

MEJOR BANCO EN ESPAÑA

Barron's (USA) The World's Most Respected Companies

Barron's Reputation Study. Annual survey of 100 money managers which analyze the reputation of the world's 100 largest companies.

Rank 2011	Rank 2010	Brand	Brand Value 2011	Brand Value 2010	Market Cap 2011
1	2	Bank of America	30,619	26,047	120,195
2	4	WELLS FARGO	28,944	21,916	136,069
3	1	HSBC	27,632	28,472	171,163
4	3	Santander	26,150	25,576	100,281
5	8	CHASE	19,150	13,400	90,089
6	9	Bradesco	18,678	13,299	69,604
7	10	BARCLAYS	17,358	13,134	50,683
8	12	ICBC	17,194	12,083	218,132
9	5	citi	17,133	14,362	105,323
10	13	中国建设银行	17,092	12,076	205,564

"Marketing Week" Febrero 2010. Consultora Brand Finance Global 500

Forbes Santander, la quinta empresa más importante del mundo

RANK	COMPANY	COUNTRY	INDUSTRY
1	General Electric	United States	Conglomerates
2	Procter & Gamble	United States	Household & Personal Products
3	Intel	United States	Semiconductors
5	Banco Santander	Spain	Banking
6	Coca-Cola	United States	Food, Drink & Tobacco
7	McDonald's	United States	Hotels, Restaurants & Leisure



Una buena reputación y marca consiguen:



- Aumento de la percepción de **calidad de los productos**.
- Aumento de las **ventas**.
- Aumento de **confianza y rentabilidad** para los inversores.
- Acceso a **nuevos mercados**.
- Refuerza la **cultura empresarial**.
- Un premium **en bolsa**.
- **Escudo** frente a las crisis.
- Potenciador de los **éxitos**.



¿Cómo hemos conseguido estar entre las primeras marcas del mundo?



1. Marca única.
2. Código de comunicación común.
3. Modelo corporativo de oficinas.
4. Cultura Corporativa.
5. Posicionamiento global.
6. Patrocinios Corporativos.



Patrocinios Corporativos



Una herramienta potente para consolidar la marca única e impulsar el negocio.

- **Pasión:** nos conecta con las personas.
- El apoyo al deporte es parte del **compromiso de Santander con la sociedad.**
- Alcanza a un público objetivo global.
- Sitúa a la marca Santander en un **contexto más positivo**, y nos asocia a los **valores del deporte.**
- Nos conecta con el **público universitario.**



Las grandes empresas hacen marketing deportivo.



Una inversión perfecta.



¿Por qué F1?



La mejor plataforma para la unificación de marca y posicionamiento.

- 8.700 millones de audiencia total acumulada (carreras en vivo + otras retransmisiones en TV)
- Plataforma de marketing internacional: 20 GP en 19 países en 4 continentes.
- Estrategia de comunicación global.
- La marca Santander se acerca a las marcas de élite.
- Valores comunes con Santander.



El poder de la F1.



Los **mercados clave de la F1** coinciden con los principales **mercados de Santander.**

110

millones de seguidores fieles mercados core



2.000

millones de audiencia acumulada a nivel mundial.

30%

de los espectadores están en **nuestros mercados clave** que representan...

73%

de nuestro beneficio.

6 millones de espectadores en Polonia

■ DATOS AUDIENCIAS MUNDIALES (FOM Febrero 2009)

2010. ¿Por qué Ferrari?



Ferrari, el mejor equipo de la Historia de la Fórmula 1



- Más que una marca. *Exclusividad masiva.*
- Ferrari genera el **85% de las ventas** de merchandising en los circuitos de F1.
- Facturación: **1.000 millones** de euros por licencias y retail.
- Más de **2.000 productos** (desde 5€ hasta 48.000€).
- Ferrari World: **2.000 millones de euros.**
- Shell distribuye **70 millones** de coches miniatura al año en sus estaciones de servicio.
- **Récord mundial en una subasta** (12 millones de euros por un Ferrari de competición de 1957).

Fuente: Ferrari

Ferrari, la marca más valorada y deseada...



The Ferrari Formula One team is the most valuable sports team property on the planet.

Ferrari, tercera marca más atractiva del mundo, por detrás de Google y Coca-Cola.

RANKING	PROPIEDAD	DEPORTE	AMBITO	VALOR
1	National Football League	Football	EEUU	US\$ 4.5 billion
2	Major League Baseball	Baseball	EEUU	US\$ 3.936 billion
3	National Basketball Association	Basketball	EEUU	US\$ 2.344 billion
4	Nascar	Motorsport	EEUU	US\$ 1.9 billion
5	FIFA World Cup	Soccer	Global	US\$ 1.7 billion
6	Indian Premiere League	Cricket	India	US\$ 1.6 billion
7	Scuderia Ferrari	Motorsport	Global	US\$ 1.55 billion
8	Manchester United FC	Soccer	UK	US\$ 1.495 billion
9	Formula One	Motorsport	Global	US\$ 1.45 billion
...				
14	Real Madrid	Soccer	Spain	US\$ 1.073 billion
15	Olympic Games (Summer)	Multi-Sports	Global	US\$ 1.024 billion
...				
61	Team McLaren-Mercedes	Motorsport	Global	US\$ 580 billion

Fuente: SportsPro July 2009. REVISTA LIDER INTERNACIONAL EN SPORT BUSINESS

Héroes locales en nuestros principales mercados.



*Bleacher report UK Poll **Favourite F1 drivers.***

- 1) Fernando Alonso.
- 2) Lewis Hamilton.
- 3) Felipe Massa.

'Publicado por The Times Nov. 2008'

Presencia en circuitos 2011



Calendario GP

2011

13 marzo GP BAHREIN	27 marzo GP AUSTRALIA	10 abril GP MALASIA	17 abril GP CHINA	08 mayo GP TURQUÍA
23 mayo GP ESPAÑA	29 mayo GP MÓNACO	12 Junio GP CANADÁ	26 junio GP EUROPA	10 julio GP UK
24 julio GP ALEMANIA	31 julio GP HUNGRÍA	28 agosto GP BÉLGICA	11 septiembre GP ITALIA	25 septiembre GP SINGAPUR
16 octubre GP JAPÓN	17 octubre GP COREA	30 octubre GP INDIA	13 noviembre GP ABU DHABI	27 noviembre GP BRASIL

Efectos de los Patrocinios Corporativos



- Mejora la notoriedad de la marca.
- Nos acerca a nuevos públicos y a nuevos valores.
- Aumento del orgullo de pertenencia.
- Apoyo al negocio.
- Eficiencia. Retorno económico.



Acceptor de conocimiento y del cambio de marca.

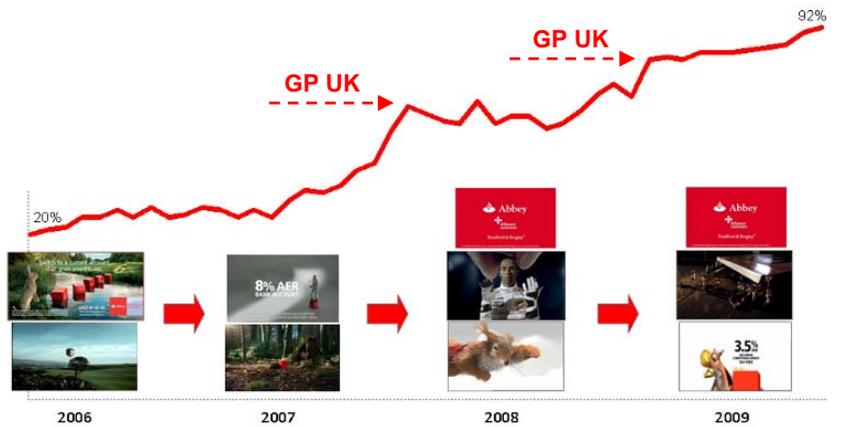


Mayor retorno en nuestros mercados core.

41%

**Brasil
Alemania
Reino Unido**

Menos inversión en campañas de publicidad gracias a la F1.



UK
El conocimiento sugerido aumentó hasta un **92%**.

Prompted Awareness of Santander:
Q42f Have you heard of a banking group called Santander?

* Temporada 2007 a 2009

Valoración positiva del público en general...



MARCA.COM FÓRMULA1

Fútbol Motor Baloncesto Tenis Ciclismo Golf Atletismo Balonmano Más Deportes Toros Opinión Participa Multimedia Ocio

Fórmula 1 Mundial Motos Rallies GP2 Superbikes Trial Más Motor MarcaMotor Buscar

El patrocinio de Ferrari refuerza la imagen del Santander

Nueve de cada diez usuarios registrados en MARCA.com (91,05%) opinan que Santander hizo posible la llegada de Fernando Alonso a la escudería Ferrari.

Nueve de cada diez usuarios registrados en MARCA.com (91,05%) opinan que Santander hizo posible la llegada de Fernando Alonso a la escudería Ferrari.

17/08/10 - 16:56.

El Banco Santander ha invertido bien su dinero. Ésta es la conclusión más evidente de un reciente estudio que valora el impacto de su patrocinio de Ferrari y Fernando Alonso. La entidad financiera ha visto reforzada su imagen en valores de fortaleza, liderazgo e internacionalidad.

Según este estudio, el Santander es la marca que más se recuerda como patrocinadora del equipo Ferrari (61% de los encuestados), un porcentaje que se dispara hasta el 96% si hablamos de usuarios de MARCA.com.

Un ejemplo de éxito de venta ha sido la tarjeta Ferrari de Banco Santander, que vendió la cifra récord de 100.000 unidades en mes y medio

Además, nueve de cada diez usuarios registrados en MARCA.com (91,05%) opinan que Santander hizo posible la llegada de Fernando Alonso a la escudería Ferrari.

Los encuestados valoran muy positivamente este patrocinio porque sirve para apoyar el deporte y, además, refuerza la imagen del banco en valores de fortaleza, liderazgo e

Fernando Alonso recibe la tarjeta Ferrari de Banco Santander durante el Gran Premio de F1 de España de manos de Enrique García Candelas, director general y responsable de Banca Comercial España de la entidad.

FOTO: CORTESÍA DEL BANCO SANTANDER.

- 61% de los lectores opina que Santander es la **marca que más se recuerda** como patrocinadora del equipo Ferrari.
- La valoración del patrocinio es muy positiva : **apoya al deporte** y refuerza valores de **fortaleza, liderazgo e internacionalidad**.

Fuente: encuesta en cincodias.com 15/01/2010, encuesta en marca.com 17/08/2010

... y de nuestros empleados



Encuestas en Santander al Día. **17.650 empleados**
en sólo 3 días

96% Les parece **muy positivo** y creen que es una buena herramienta comercial que generará **negocio**.
(57% directores opinaba lo mismo de McLaren en 2008)

91% Afirman que Ferrari encaja mejor con Santander que McLaren. (73% en UK).

73% Opina que este patrocinio ayuda a sentirse **más orgulloso** de trabajar en el Santander.



F1, nos acerca a nuevos públicos y motiva a nuestros empleados.



No clientes y jóvenes.

La asociación al mundo del deporte crea una corriente positiva de afinidad a la marca.



*

* Fan llevándose la llama.



Empleados.

- Plan de incentivos.
- Concursos de empleados.
- Invitación a empleados y sus familias los viernes de los GPs....

F1, nos asocia a nuevos valores.



Somos la marca más asociada al deporte en España.

Fuente: Ranking de "Notoriedad de Patrocinio Deportivo". Expansión 3 de febrero de 2011.

Una potente herramienta de negocio.



Tarjeta Santander-Ferrari en

España, México, Brasil y Portugal

200.000
TARJETAS



Próximos lanzamientos **Alemania y UK.**

Una potente herramienta de negocio.



- **Fernando Alonso**, imagen de la nueva campaña de Santander Seguros en España.



Comparta con Fernando Alonso algo más que el seguro



Plan de activación: Merchandising



1.275.000 unidades

- Clientes
- No clientes
- Accionistas



Plan de activación: Universidades



Lanzamiento Becas Fórmula Santander

Becas Fórmula Santander:
300 becas de movilidad internacional y prácticas ligadas a F1 en España, UK y Brasil.

“Hemos conseguido atraer la atención de los mejores estudiantes”

Rectores



ARRANCA LA FÓRMULA SANTANDER

El Programa de Becas Fórmula Santander permitirá que 300 universitarios de España, Reino Unido y Brasil disfruten de una Beca de Movilidad Internacional e intercambio en cualquiera de las 833 universidades con las que el Banco tiene acuerdo de colaboración.

Felipe Massa
"Es un placer participar en este programa para ayudar a que las personas consigan su meta. Santander da buenos ejemplos dentro y fuera de la pista".

Fernando Alonso
"Banco Santander se ha superado. Ahora ofrece a los estudiantes la oportunidad de conocer otras culturas, países y experiencias de trabajo. Esta oportunidad no se puede rechazar".

Emilio Botín
"Estas becas buscan apoyar a las universidades en la movilidad internacional de sus universitarios".

Jenson Button
"Esoy muy orgulloso de estar asociado a Santander. Creo que es maravilloso dar a los estudiantes en estos países la oportunidad de tener estas becas".

Lewis Hamilton
"Este programa es estupendo, ya que los jóvenes tendrán una oportunidad increíble".

Fórmula Santander
Coincidiendo con el inicio de la temporada de F1 en Bahrein, Emilio Botín, Presidente de Banco Santander, acompañado por Fernando Alonso, Felipe Massa, Jenson Button y Lewis Hamilton, lanzó el pasado jueves 11 de marzo el Programa de Becas Fórmula Santander.

El programa contempla 100 becas para estudiantes de universidades españolas, 100 para estudiantes del Reino Unido y 100 para estudiantes de universidades brasileñas.

Cada Beca Fórmula Santander de Movilidad Internacional estará dotada con 5.000 euros para sufragar los costes de matrícula, el desplazamiento, la manutención, los gastos de viaje y el alojamiento de los universitarios.

El objetivo de estas becas es apoyar a las universidades y fomentar la movilidad y experiencia internacional, elemento clave en la formación de los universitarios y uno de los requisitos más valorados por las empresas para la contratación de los recién titulados.

Banco Santander promueve esta iniciativa a través de su División Global Santander Universidades, cuyas actividades verteban la acción social de la entidad bancaria y le permiten mantener una alianza estable con más de 833 universidades y centros de investigación en España, Portugal, Argentina, Chile, Colombia, México, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela, China, EE.UU., Rusia y Reino Unido.

Santander
UNIVERSIDADES

EL VALOR DE LAS IDEAS

www.santander.com

Retorno Económico



302 millones €

Cierre total temporada 2010:



Auditado por Mediasport Marketing y Havas Sport

Real Federación Española de Automovilismo.



Acuerdo Santander RFEA
Apoyo al automovilismo nacional de base



Santander: patrocinador principal de los campeonatos nacionales de Karting.

Beca Santander Jóvenes promesas



"...del karting a la F1"

Aportación del Banco Santander como patrocinador de la F1 y de la RFEaA a la industria del automóvil.



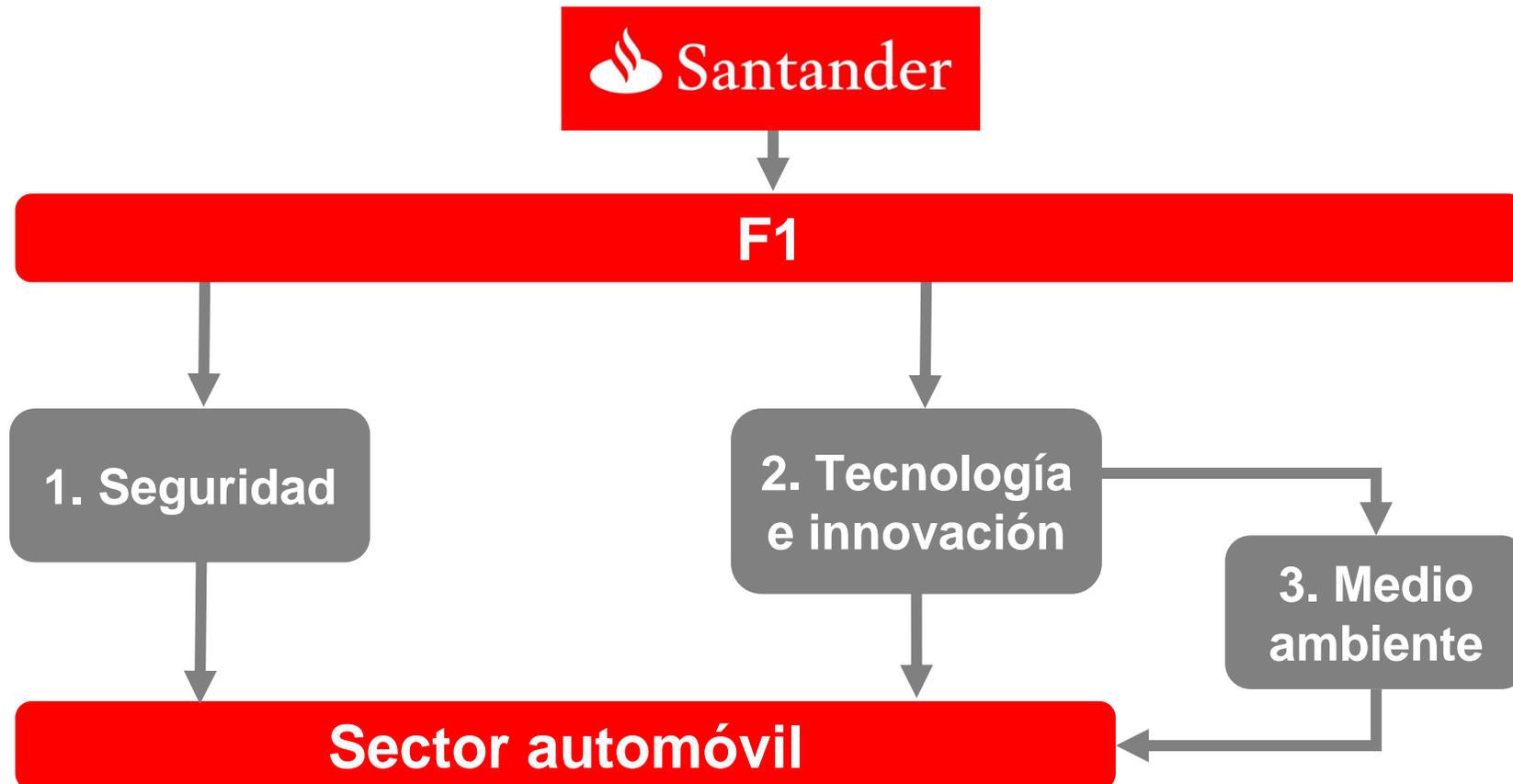
Santander como patrocinador de la F1 trabaja indirectamente para la industria automovilística:

- F1: principal exponente de la **investigación y desarrollo** de tecnología de automoción.
- **Apoyo económico** a 2 escuderías vinculadas a directamente con el sector automovilístico (*Grupo Fiat y Mercedes Benz*).
- **Apoyo comercial** a la venta de coches: *“Win on Sunday, buy on Monday”* (*Henry Ford*).
- **Apoyo social** a través de su comunicación convencional y de sus eventos especiales relacionados con la F1.





Aportación del Banco Santander como patrocinador de la F1 a la industria del automóvil.



Que aporta Santander al sector automoción:



1. Seguridad

- Las pruebas que se realizan y la inversión dedicada en incrementar la seguridad es uno de los puntos más relevantes aplicados por la FIA en la F1.
- Este aprendizaje en la F1 trasciende hacia la fabricación en serie.
- Ejemplos:
 - Depósitos de gasolina deformables que evitan explosiones.
 - Desarrollo de materiales mas ligeros y resistentes a los impactos



Noticia 27.05.2008: F1 al día

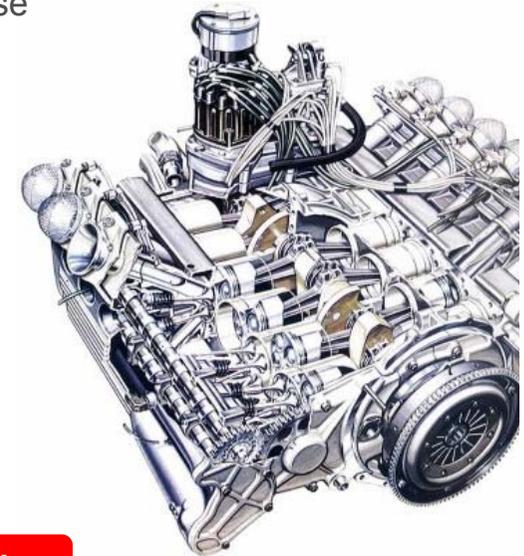
Schumacher actual presidente de Motor Sport Safety Development Fund, una fundación de la FIA comenta: "La FIA la logrado grandes objetivos en materia de seguridad hasta ahora, pero las sumas disponibles de este nuevo fondo harán una gran contribución para mejorar la seguridad del automovilismo, especialmente en mercados automovilísticos emergentes."

Que aporta Santander al sector automoción:



2. Tecnología e innovación

- La F1 ha sido una **fuentes constante de innovación** que progresivamente se ha ido incorporando a los coches de serie.
- Ejemplos:
 - Gestión electrónica del motor.
 - Cambios semiautomáticos.
 - Control de tracción.
 - Sistemas de ayuda a la conducción: sistemas de ayuda en frenadas, suspensión activa, neumáticos mas adherentes y más duraderos,...
- Y sobre todo una gran mayoría de los mas **brillantes ingenieros** de automoción desarrollaron el inicio de sus carreras profesionales en la competición automovilística y de forma especial en la F1.



Becas Santander F1 a ingeniero de tecnología automovilística

Noticia 01.02.2011: Renault Prensa

“Aparte de ser un formidable transmisor de notoriedad internacional, es un laboratorio de nuevas tecnologías” ... “directamente aplicables a los vehículos de serie, con un nivel de calidad y fiabilidad óptimo”. “De hecho, tanto en Fórmula 1 como en serie, la exigencia en términos de calidad ocupa el centro de los proyectos. La Fórmula 1 se convierte así en el escaparate internacional de la excelencia de la calidad Renault”.

Que aporta Santander al sector automoción:



3. Medio ambiente

- F1 no es reconocida por su aportación al medioambiente. Sin embargo, gracias a los avances desarrollados en F1 los coches son hoy mas eficientes y sostenibles.
- Ejemplos:
 - Incremento permanente de la potencia en motores al tiempo que reduce el consumo.
 - La eficiencia de los motores gracias al desarrollo de materiales mas ligeros, resistentes y económicos.
 - Combustibles de mayor eficiencia energética.



Noticia 20.11.2009: Ayuntamiento de Montmeló

El Circuit de Catalunya ha visto hoy crecer su número de árboles de forma espectacular al ser plantados 300 árboles en la zona de pelouse del alrededor de la curva 4, el que ya será conocido como el bosque **“Santander-Universia”**. Este acto forma parte del proyecto liderado por Universia, la mayor red de cooperación universitaria, promovida por el Banco Santander. De esta manera, **se ha dado por finalizado el proyecto de plantación de más de 7.000 árboles del proyecto**.

Noticia 19 Mayo 2009:

El piloto asturiano y bicampeón del mundo de Fórmula 1, Fernando Alonso, ha hecho esta mañana una demostración de conducción ecológica y sostenible en el Circuito de Cataluña para unos doscientos estudiantes de la Universitat Ramon Llull.

En conclusión...



Santander es una de las 1^{ras} marcas del mundo con reconocida reputación, gracias a la buena gestión del Banco.

Los patrocinios corporativos son un multiplicador de esta gestión.

Con los patrocinio deportivos

- ✓ Somos más internacionales.
- ✓ Tenemos una marca más fuerte.
- ✓ Tenemos unos clientes más vinculados.
- ✓ Tenemos unos empleados más motivados.

