

Dando nombre a los SUV Con mi ciudad a todas partes

Motor | 17-01-2020 | 15:44



Seat

Llevar la ciudad de origen o en la que se vive a cualquier parte, y no sólo en el DNI, es un privilegio al que muchos de los habitantes de Tarragona, Ateca y Arona han decidido no renunciar. Los tres SUV de SEAT ejercen de embajadores de los municipios que les dan nombre, ya que los dan a conocer alrededor del mundo, pero nada como jugar en casa. Es allí dónde han tenido y siguen teniendo el mayor de los recibimientos, y eso se nota en las ventas.

Tres Tarracos, una fórmula de éxito para Jesús: Vive en Tarragona, es gerente de la plaza Tarraco Arena y tiene un SEAT Tarraco como coche de empresa. Jesús Félix lo explica orgulloso: ¿No todos los días suceden cosas como ésta, que un coche se llame como tu ciudad y tu empresa y poder encima disfrutar de él?. Pero no es fruto de la casualidad. Cuando SEAT lanzó la campaña para que los seguidores de la marca bautizaran al nuevo SUV, Jesús lo tuvo muy claro. ¿Tarragona, Tarraco, Tarraco Arena era la ecuación perfecta? explica. Por eso movilizó a vecinos, empresas e instituciones y lo logró. ¿La ciudad de Tarragona tiene 140.000 habitantes, así que ¡imagínate lo que son casi 52.000 votos!?, exclama.

El SEAT Tarraco se presentó mundialmente en la plaza y en los cinco primeros días el concesionario de la zona vendió siete unidades del más grande de los SUV. ¿El nombre marca mucho, porque estamos satisfechos del lugar donde residimos, pero además es un gran coche en todos los sentidos? mantiene Jesús. Para él, este triplete es tan especial que incluso ha querido inmortalizarlo a través de varios cuadros de un artista, por supuesto, también de Tarragona.

De vecinos a propietarios y al revés: La noticia de que Ateca bautizaría a un modelo SEAT corrió como la pólvora por este municipio zaragozano. ¿Fue un boom, en menos de cinco minutos lo sabía todo el pueblo?, asegura Ramón Cristobal, alcalde de Ateca. Hubo atecanos que compraron el mediano de los SUV por eso. Pero son más los propietarios del SEAT Ateca de otros lugares que han recorrido el camino inverso y se han convertido en vecinos del pueblo, al menos, por unos días. Cada año decenas de fans del SUV, unos 60, visitan Ateca. ¿Vienen para recorrer con el coche el pueblo y los alrededores y a estar con nosotros? explica el alcalde.

La primera de los primeros: Iranzu Pradas fue la primera de todo Tenerife Sur en comprar un SEAT Arona. Vive a apenas 20 kilómetros de este municipio canario. ¿Fui a probarlo enseguida, me encantaba el coche y además me hacía mucha ilusión lucir el nombre de una ciudad canaria, donde tengo amigos y familia, así que me llevé el de muestra. No podía esperar?, explica esta tinerfeña. Iranzu fue la primera de una larga lista. Lo sabe bien el gerente de los concesionarios Rahn Auto Universal, Luis Enrique Linares: ¿El 40% de los coches que vendemos en Tenerife son Arona. Cuando llegó fuimos todos los del concesionario a recibirlo para ver el acabado y con qué letras se escribía Arona. Todos nos sentimos muy identificados. Es un orgullo lucir allí donde vas el nombre de Arona y además el coche se adapta perfectamente a la isla, porque es urbano, perfecto también para ir a la playa o subir los 2.000 metros del Teide?.

El porqué de los nombres

El mítico SEAT 600 debe su nombre a una coincidencia de cifras. Su hermano mayor era el Fiat 600, la motorización del vehículo era de 600 centímetros cúbicos, y su peso era de 600 kilos.

SEAT ha pasado por varias fases a la hora de elegir el nombre de sus modelos. Los modelos 800 o el 1.500 deben su nombre a la cilindrada del motor. El 124 o el 127 al número de proyecto. Después se optó por nombres propios, como con el Ritmo o el Fura, aunque esta tendencia duró poco.

Desde el lanzamiento del SEAT Ronda, en 1982, es una tradición, con pocas excepciones, bautizar los modelos con nombres de ciudades o pueblos españoles. El SEAT Tarraco, el último, es el decimoquinto.

A la hora de encontrar el nombre de un coche se busca que refleje el ADN de la marca, que sea corto, sencillo de recordar y suene bien en todos los idiomas. Además en este caso, los nombres preseleccionados se sometieron a la opinión de grupos de personas de diferentes países, con el perfil de compradores. Después, la votación popular hizo el resto.

Autor: Redacción