

Repsol presenta su nueva marca de lubricantes para impulsar su estrategia y duplicar el negocio en 2030

- Repsol Lubricants estrena nueva identidad en el Circuito Ricardo Tormo (Valencia), marcando el inicio de una etapa orientada al crecimiento global y diferenciación en el mercado.
- La compañía energética refuerza el plan estratégico *Full Potential* del negocio de lubricantes, con más de 80 iniciativas para crecer de forma sostenible y liderar el mercado nacional e internacional.

Repsol Lubricants ha iniciado una nueva etapa con la presentación de su nueva marca en el Circuito Ricardo Tormo (Valencia). Este lanzamiento refuerza la ambición de la compañía energética de impulsar su estrategia, consolidar su liderazgo nacional e internacional y duplicar el tamaño del negocio de lubricantes para 2030.

La nueva identidad responde a la necesidad de diferenciarse en un mercado altamente competitivo y conectar emocionalmente con clientes y distribuidores. Bajo el concepto Hi-Tech & Hi-Touch, Repsol Lubricants combina tecnología avanzada y cercanía, ofreciendo productos validados en la alta competición, herramientas digitales, formación técnica y experiencias que fortalecen la relación con la marca.

Este hito se enmarca en el proyecto *Full Potential*, que contempla más de 80 iniciativas estratégicas orientadas a innovación, digitalización, sostenibilidad y expansión internacional. El objetivo de Repsol Lubricants es pasar de un Ebitda de 64 millones de euros en 2024 a 126 millones en 2030, reforzando la presencia en mercados clave como México, Centroamérica, Perú, Filipinas, Indonesia, Italia y en las regiones centro y este de Europa.

Durante el evento en el Circuito Ricardo Tormo, la compañía energética reafirmó su alianza estratégica con Dorna Sports, organizador del Campeonato del Mundo de MotoGP, para convertirse en el suministrador oficial y exclusivo de lubricantes en las categorías Moto2 y Moto3 entre 2026 y 2030. Este acuerdo refuerza el vínculo histórico de Repsol con el motociclismo y permite validar sus productos en condiciones extremas. Además, este patrocinio se complementará con el lanzamiento de Extreme, una edición limitada del producto de competición inspirada en las curvas más míticas de España, que estará disponible a partir de 2026.

Clara Velasco, directora de Lubricantes de Repsol, ha afirmado: “Con esta nueva identidad, damos un paso decisivo en la evolución de nuestra marca. Repsol Lubricants entra en una nueva etapa que refleja nuestra ambición: seguir creciendo, seguir avanzando y seguir liderando, con una imagen que nos conecta aún más con nuestros clientes y con el mundo del motor”.