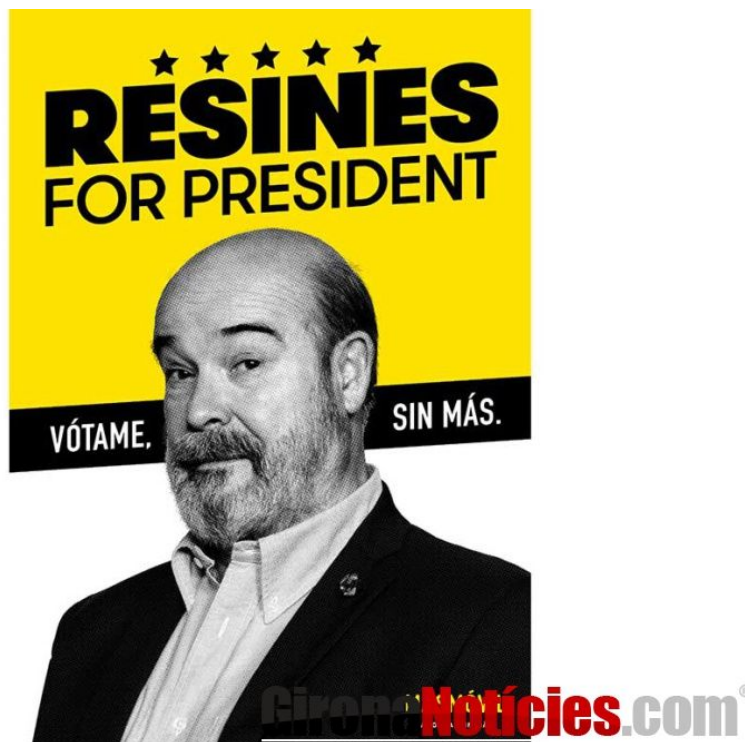


Antonio Resines vuelve a hacer gala de su humor y promete una torrija por cada voto en la nueva campaña de MásMóvil

Noticias 24hs | 17-07-2023 | 17:42



A diez días de las elecciones generales, Antonio Resines irrumpe en la campaña con una dulce y tentadora propuesta: una torrija por cada voto. El ¿nuevo candidato? está tan convencido de la fuerza de su mensaje que ya se imagina en el despacho presidencial, y abierto a escuchar las ofertas de posibles pactos de gobierno.

El pistoletazo de salida de esta nueva campaña en clave humor de MásMóvil ha sido la emisión de un spot en prime time, durante el primer intervalo publicitario del cara a cara transmitido en directo en televisión entre los dos principales candidatos.

¿Resines for President? es el lema de esta nueva estrategia publicitaria de MásMóvil, para incidir en su mensaje ¿Ahorra, sin más?, y ofrecer a los ciudadanos una atractiva oferta de servicios (fibra, líneas móviles y datos a compartir).

Todo surgió con una oportunidad: un espacio para MásMóvil en el intermedio del cara a cara en Antena 3 entre Sánchez y Feijóo.

En palabras de Nacho Olazábal, Director General de Pingüino Torreblanca, ¿Sabíamos que cualquier spot de la marca en ese bloque publicitario iba a tener una gran visibilidad, pero el equipo de MásMóvil quiso ir más lejos: ¿y si creamos un mensaje ad hoc para ese momento? Solo había una semana para pensar y producir la idea, pero era un reto al que no podíamos decir no.?

Y así es, MásMóvil ha creado un spot expresamente para el bloque publicitario del debate entre los candidatos de los dos partidos mayoritarios, que se emitió el lunes 10, a las 22.00 horas. ¿Esto

es un enfrentamiento entre dos candidatos que intentan ganarse el favor del público, y MásMóvil tiene un prescriptor al que el público adora: Antonio Resines?, señala Pablo Torreblanca, Director General Creativo y Socio Fundador de la agencia, ?así que nos dijimos: ¿y si Antonio Resines apareciese como un candidato más?, ¿y si lanzara un mensaje al electorado igual que los que lanzan los políticos, pero a lo MásMóvil? Y así salió la idea: Resines for President?.

Resines lleva tres años siendo la imagen de MásMóvil, con una estrategia de marca muy clara y directa que desmonta todas esas cosas que los procesos de gentrificación de las ciudades han encarecido artificialmente y aboga por quitarte todo lo que no necesitas para que pagues solo por lo que te interesa. Convertir ese mensaje de marca en mensaje político no era complicado. Como afirma Ana Torres, Directora de publicidad, medios y marca del Grupo MásMóvil, ??tenía todo el sentido del mundo colarnos en un día tan señalado como fue el debate. Pero queríamos hacerlo como hacemos siempre las cosas en MásMóvil: con cercanía y sentido del humor. Y eso es algo que sabíamos que íbamos a conseguirlo con Antonio Resines si lo presentábamos como otro candidato más durante el corte publicitario?.

Con una puesta en escena sencilla, simulando lo que podría ser el despacho del aspirante a presidente, Antonio Resines anuncia su candidatura, ?pensando en lo que de verdad le interesa al ciudadano?, y lanza la propuesta comercial de MásMóvil.

Como viene siendo habitual, en un tono cercano, directo y en clave de humor, el ?nuevo candidato? adquiere el compromiso de una torrija por cada voto para animar a los electores a decidirse por su candidatura.

A lo largo de estas semanas previas a la cita con las urnas, la campaña promete seguir impactando a los votantes con varias acciones de marketing: píldoras en redes sociales con simpáticos mensajes del candidato, reparto de merchandising y otras sorpresas que se irán desvelando progresivamente.

La campaña de marketing está firmada por el equipo creativo de Pingüino Torreblanca, agencia del Grupo MásMóvil desde hace varios años.

FICHA TÉCNICA

Campaña ?Resines for president?

AGENCIA: Pingüino Torreblanca

ANUNCIANTE: MÁSMÓVIL

CAMPAÑA: Resines for President.

MEDIOS: Televisión, Digital, exterior

FORMATO: Spot 20?, Piezas digitales 10?, gráfica

CONTACTO CLIENTE: Jacobo Gálvez, Ana Torres, Amagoia Sologestoa, Noemí Muñoz

DIRECTORES GENERALES

CREATIVOS: José Luis Moro y Pablo Torreblanca

DIRECTOR GENERAL: Ignacio Olazábal

SUPERVISORES CREATIVOS: Andrés Del Moral y Pablo Martínez

EQUIPO CREATIVO: Andrés Del Moral, Pablo Martínez, Luis Usoz y Borja Elejalde EQUIPO
DE CUENTAS: Laura Del Burgo, Celia García, Blanca Solla PRODUCTORA: Kiwi Films

REALIZADOR: Gonzaga

Autor: Redacción