

NOTA DE PRENSA

Bajo el lema "Mejor"

Movistar estrena un nuevo concepto de comunicación con vocación de superación y excelencia y foco en sus clientes

- **La campaña, que tiene 6 desarrollos creativos diferentes, tendrá como broche de oro ser el segundo anuncio de televisión en emitirse el 1 de enero tras las campanadas**

Madrid, 30 de diciembre de 2020.- Movistar culminará su campaña de publicidad con la emisión del segundo spot del año 2021 en el que se felicita el año nuevo, a través del concepto "Mejor Año Nuevo", que no solo es un deseo, sino un compromiso. Telefónica, a la que pertenece Movistar, es la mejor compañía de telecomunicaciones de Europa por tercer año consecutivo (FORTUNE 2020). En los últimos meses no ha dejado de mejorar las conexiones de millones de sus usuarios y arrancará el nuevo año del mismo modo.

Toda la campaña, incluyendo el spot que se emitirá en los primeros segundos del año que viene, está arropada por el concepto "Mejor", y supone la oportunidad de empezar a hablar de muchos pequeños y grandes avances que la hacen mejor y que tienen el propósito de mejorar la vida de las personas. Esta campaña, que se ha podido ver a lo largo del mes de diciembre, ha contado con seis ejecuciones diferentes.

Se ha acompañado, además, con un Manifiesto público y una carta personal del presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, a los empleados de la compañía, en la que ha destacado entre los logros recientes de la compañía, "la digitalización del país y el entorno empresarial, la puesta en marcha de una televisión única una audiencia diversa, una red de fibra líder o el mayor despliegue de 5G de toda Europa".

"Por todo ello, no debemos de dejar de hacer las cosas MEJOR para que las personas y nuestros clientes, no tengan que preocuparse de lo que nos ocupamos nosotros", añadió Emilio Gayo.

Para Cristina Burzako, directora de Marketing y Publicidad de Telefónica España "esto no es una campaña sino un compromiso de la compañía, el mismo con el que nacimos hace casi cien años, de seguir trabajando para mejorar, pase lo que pase, la vida de las personas."

Las seis ejecuciones se han concebido con el objetivo de poner en valor algunas de las cosas que la compañía puede ofrecer a la sociedad. La primera basada en la fibra de Telefónica, que ha puesto a España a la vanguardia del mundo y ha permitido, en un momento de crisis como el que estamos viviendo, mantener conectadas a las personas, teletrabajar o consumir ocio digital.

Siguiendo con la conectividad, el segundo elemento de puesta en valor ha sido la red 5G, accesible para hasta el 80% de la población española. En tercer lugar, la posibilidad de contar con datos infinitos, una conectividad móvil sin barreras de consumo y sustentada por la mejor calidad de la red móvil de Movistar. En los últimos meses, se ha multiplicado los datos a más de 9 millones de usuarios.

Las otras tres ejecuciones tienen que ver con el servicio cloud infinito de Movistar (donde almacenar todos los contenidos, ciberseguros y sin límites y que ofrecemos a todos los clientes de Fusión sin coste

adicional), el servicio Movistar Prosegur Alarmas (la mejor manera de proteger el hogar) y Movistar+ (la plataforma de entretenimiento que cuenta con los mejores contenidos de ficción, deportes o documentales originales y ajenos, la integración de Netflix y Disney+ y una nueva manera de disfrutar del entretenimiento a través de funcionalidades diferenciales).

Para el equipo SOPA., la agencia creadora de esta nueva línea de comunicación, lo sorprendente de esta campaña de Movistar es que no lo es. “Unos anuncios que solo dicen “tienes derecho a desconectar” firmados por “una de las mejores compañías de conectividad del mundo” son extraños en unos medios saturados de ofertas y promociones de telefonía e internet. También lo son los que solo dicen “Mejor año nuevo”. Son extraños porque, de hecho, no son una campaña. Son una declaración de intenciones. Una ruptura de los discursos intercambiables de las operadoras, para empezar a hablar de otro modo y de otras cosas que se han ido silenciando”.