

Comunicado de Prensa

MASORANGE, una campaña para dar la “bienvenida al futuro” con el nuevo líder de las telecomunicaciones en España

- La campaña revisita la escena más icónica de la película El Show de Truman -en la que su protagonista intenta escapar en su velero, choca contra un muro y se da cuenta de la ilusión en la que ha estado viviendo- para contar que **MASORANGE es la compañía que viene a abrir una puerta hacia el mundo que viene.**



Madrid, 20 de mayo de 2024.- Este fin de semana se ha lanzado la nueva campaña de comunicación con la que se quiere dar a conocer de forma masiva la llegada de **MASORANGE**, la compañía surgida de la unión de las actividades en España de Orange y MASMOVIL que ha dado lugar al **nuevo líder del sector de las telecomunicaciones en el país por número de clientes.**

Para llevar a cabo este lanzamiento, MASORANGE ha confiado el desarrollo de la campaña creativa en la agencia independiente Fuego Camina Conmigo y en la consultora Alegre Roca, fundada por Toni Segarra y Luis Cuesta.

La comunicación, que se fue anticipando en días anteriores a través de una acción “teaser” a nivel nacional con presencia exterior en mobiliario urbano, marquesinas, etc.), se lanzó oficialmente ayer domingo 19 de mayo con una gran estrategia de comunicación, con spots en en televisión en horario de prime time.

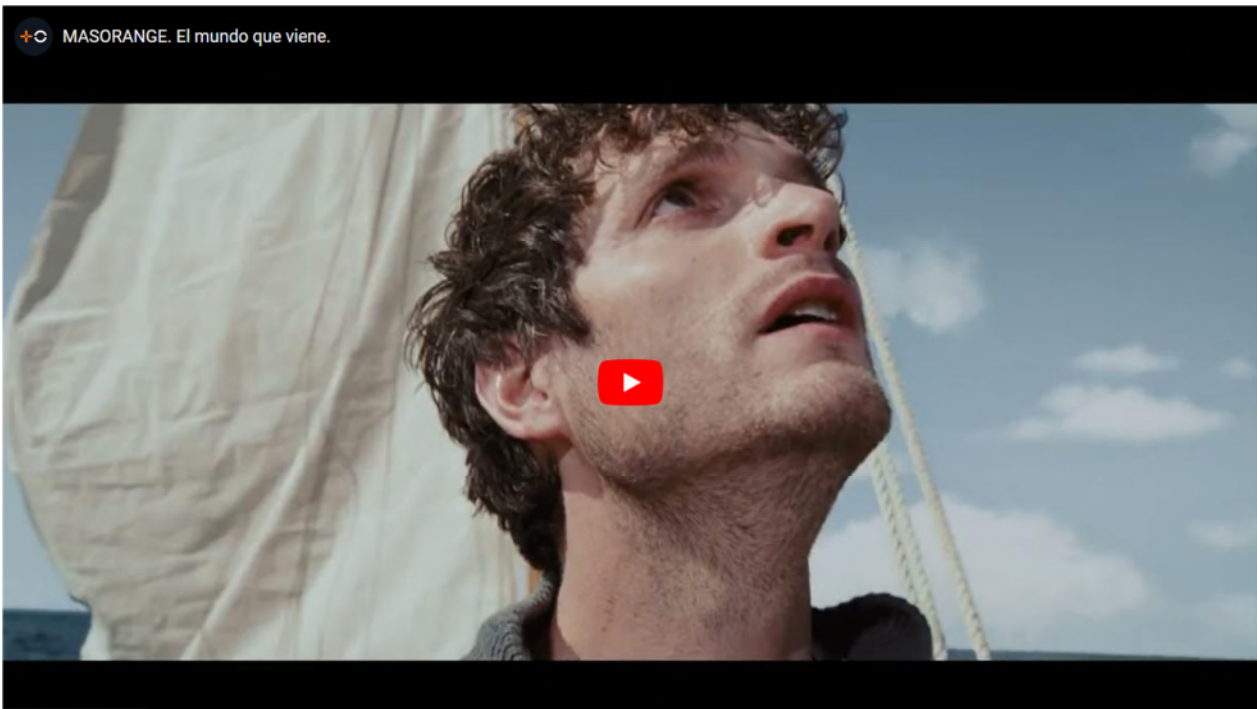
La campaña, cuya planificación de medios ha estado a cargo de Arena Media y que estará activa durante las próximas semanas, se

completará con despliegue en otros soportes, con formatos notorios en exterior, medios digitales y cine.

“El nacimiento de MASORANGE supone un cambio del statu quo de la industria de las telecomunicaciones en España y buscábamos una campaña que desarrollara esta idea de

manera original. Una comunicación que transmitiera de una forma muy gráfica esa nueva alternativa de liderazgo y el compromiso que con, esa entrada al futuro, asumimos con nuestros más de 30 millones de clientes”, afirma Ana Torres, Directora de Marca de MASORANGE.

Campaña icónica para un momento histórico



La campaña revisita la escena más icónica de la película de 1996, *El Show de Truman* —en la que su protagonista intenta escapar en su velero, choca contra un muro y se da cuenta de la ilusión en la que ha estado viviendo —, para contar que MASORANGE es la compañía que viene a abrir una puerta hacia el mundo que viene.

*“Para nosotros era clave explicar el momento histórico que estamos viviendo”, declara Uri Fernández, director Creativo Ejecutivo de Fuego Camina Conmigo. “Transmitir el mensaje a través de un icono cultural como *El Show de Truman* es una forma sencilla, contundente, emotiva e icónica de hacerlo. Para ir hacia el futuro, primero hay que dejar atrás el presente”.*

Por ello, la campaña reinterpreta la mítica escena trayéndola al mundo actual, pero sin perder los elementos visuales más icónicos que cuentan el mensaje que se quiere transmitir: el mar, el muro, la escalera, la puerta y el saludo final; y todo ello añadiendo una capa de emocionalidad y la factura contemporánea, que son la firma característica del realizador del spot, Nacho Gayán.

Este ha sido rodado en los estudios de La Ciudad de la Luz, en Alicante. Para recrear la escena de cierre de la película de Jim Carrey, el equipo de la productora Agosto ha construido un decorado con las mismas dimensiones que el original sobre una piscina diseñada para reproducir las condiciones del mar. El spot crea una inmensa ilusión óptica, como lo hacía la película original. Las escenas rodadas a mar abierto se combinan con los planos rodados en el plató, construyendo una ilusión que se rompe de golpe con el choque del velero contra el muro.

Una nueva identidad que representa la unión de las dos compañías en un solo proyecto



La identidad visual de MASORANGE, creada a partir de la visión, propósito y valores que alumbran a la nueva compañía, es fruto del trabajo conjunto de su equipo de Marca junto a las firmas Claar Design y Coovo.

Esta nueva imagen, que se dio a conocer en el lanzamiento de MASORANGE a principios de abril, representa la **unión de los dos grupos en un solo proyecto con una identidad única** símbolo de la innovación y de la confianza de los consumidores en un operador líder.

Con ello se pretende ofrecer una imagen integradora, sencilla, innovadora, creíble y fiable. Además, se apoya, en su aplicación principal, en los colores negro, blanco y naranja para crear una imagen más moderna, fresca y que aúna atributos de Orange y el MASMOVIL.

Sobre MASORANGE

MASORANGE es el mayor operador de telecomunicaciones en España por número de clientes con más de 37M de líneas entre banda ancha y móvil. Adicionalmente, ofrece para clientes particulares y empresas servicios de TV, seguros, energía, alarmas, financiación al consumo, salud, ciberseguridad y cloud.

MASORANGE cuenta con 9 marcas principales nacionales (Orange, Yoigo, Jazztel, MASMOVIL, Simyo, Pepephone, Lebara, Lyca y Llamaya) y 5 regionales (Euskaltel, R, Telecable, Guuk y Embou) con las que va a cubrir todas las necesidades de los clientes en España.

MASORANGE dispone de más de 29 millones de hogares comercializables con su oferta de fibra óptica y cobre con su red móvil 4G al 99% de la población española y más del 84% con la nueva tecnología 5G, con la que cubre más de 2.500 municipios por toda la geografía española.

La Compañía tiene la ambición de ser el operador con los clientes más satisfechos, consolidarse como motor del talento y liderar la económica del propósito en España, siendo respetuosa con las personas y el planeta. Además, trabaja en la accesibilidad a la tecnología para todos (con foco en la España vaciada) y el desarrollo de productos y servicios que mejoren la experiencia de todos los clientes.

Síguenos:

MASORANGE website: <https://www.masorange.com/>

Twitter: @MASORANGE_ES