

# RETO DENTSU CREATIVE+UEM

**2025**

Claudia Núñez-Barranco Alcácer  
María Martínez Arnaiz

**orange**<sup>TM</sup>

**unicef** 

# ÍNDICE

1. Insight y Problema
2. Concepto creativo
3. Objetivos
4. Descripción de la experiencia
5. Piezas que reflejan la idea

# Insight y Problema

“Los jóvenes estamos enganchados. Apaga la pantalla y desbloquea el mundo real” **Insight**



## Jóvenes enganchados a las tecnologías

Jóvenes de entre 12-20 años



## Apagón y jóvenes agobiados

Aburridos, sin saber que hacer



## No hay mundo sin pantalla

Muchos jóvenes no se imaginan un mundo sin pantallas.



## Insight

Intentar conseguir que los jóvenes aprendan a vivir el mundo real, haciendo un uso responsable de sus pantallas.

# Concepto creativo

Experiencia única que hará saber a los jóvenes como es la vida sin conexión. Los jóvenes van a descubrir que es la vida va más allá de hacer un scroll infinito

- 01 Desconexión total: sin móviles, redes ni datos
- 02 Conexión real: con el fuego, la brújula, la naturaleza y sus propias habilidades.
- 03 Reconectarse con lo importante: personas, naturaleza, y uno mismo.

## ¿Cómo se accede?

- Street marketing en zonas de alto tránsito juvenil.
- Cabina de desconexión: reto de 10 minutos sin móvil.
- Supera preguntas sobre supervivencia y vida sin pantallas.
- ¡Consigue tu pase exclusivo! Solo 200 valientes serán seleccionados.

# EL EVENTO QUE NO SE VE

¿EL FOMO PODRÁ CONTIGO?



## Objetivos

01

Posicionar a Orange como partner legítimo y de confianza para acompañar a los jóvenes en el proceso de educación digital, desde una perspectiva de seguridad y protección.

02

Una comunicación que nos permita construir posicionamiento de marca trasladando nuestro propósito con la sociedad.

03

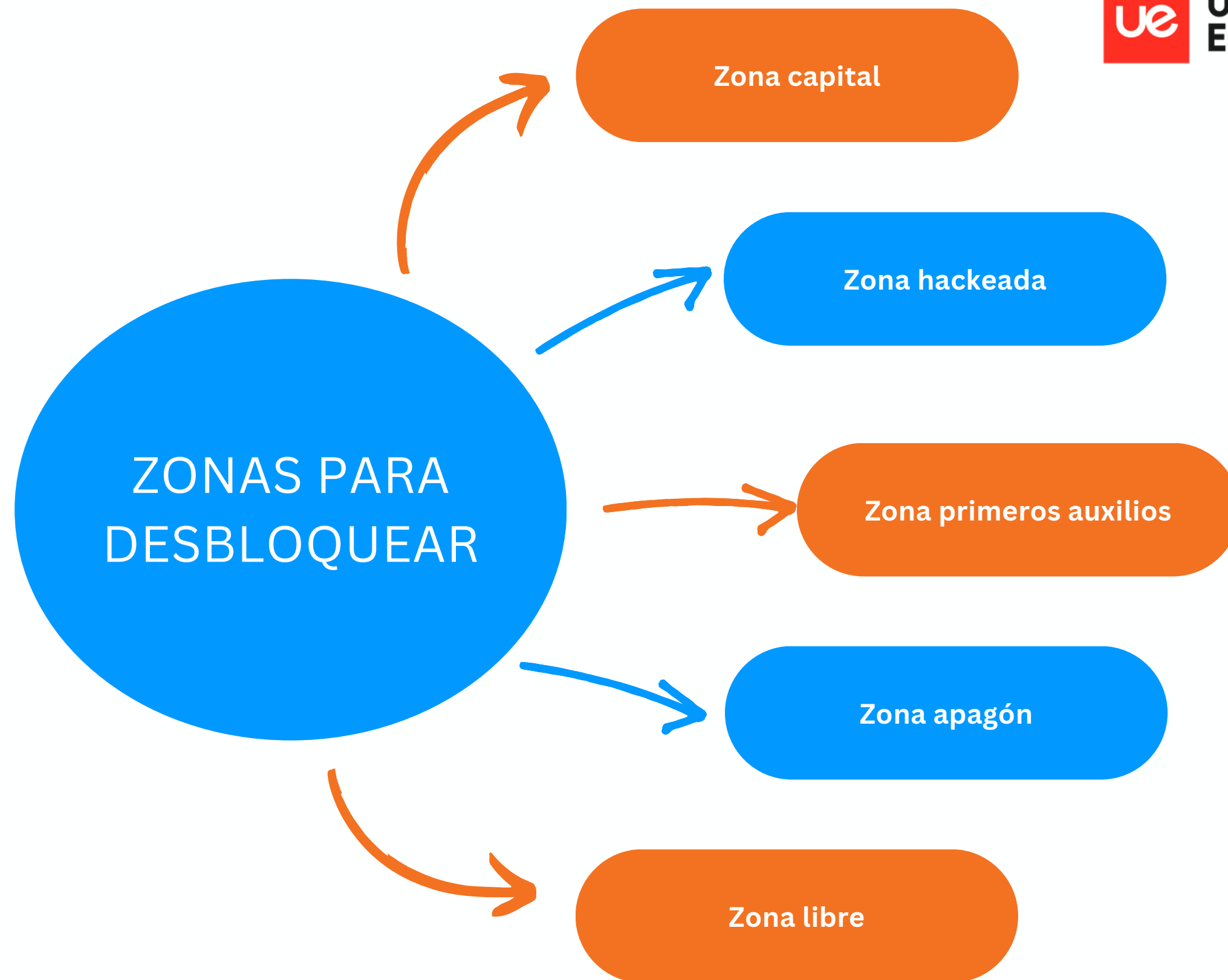
Comunicar la colaboración de Orange con Unicef para un uso responsable por parte de los jóvenes de las pantallas.

# Descripción de la experiencia

Una activación experiencial pop-up para jóvenes

## REQUISITOS:

1. Entregar dispositivos electrónicos.
2. Superar 6 zonas sin pantallas, trabajando en equipo.



**PREMIO**

Cada miembro del grupo ganador recibirá una entrada para un concierto benéfico

# Piezas que reflejan la idea

01

Cartel principal del evento

02

Carteles decorativo del evento

03

Teaser para las redes sociales

04

Aftermovie post-evento

# 01

## Cartel principal del evento

Esta pieza será la pieza principal. Contará con un diseño atractivo y juvenil para captar la atención de los jóvenes que lo vean. En el cartel se verá escrito el copy principal: “El evento que no se ve”, acompañado del slogan “¿El FOMO podrá contigo?”.

Con este tipo de cartel, vamos a conseguir atraer a esos jóvenes, que como bien hemos explicado arriba sienten el verdadero FOMO.

# EL EVENTO QUE NO SE VE

**¿EL FOMO PODRÁ CONTIGO?**



## Cartel principal:

- Marquesinas
- Centros comerciales
- Colegios
- Universidades

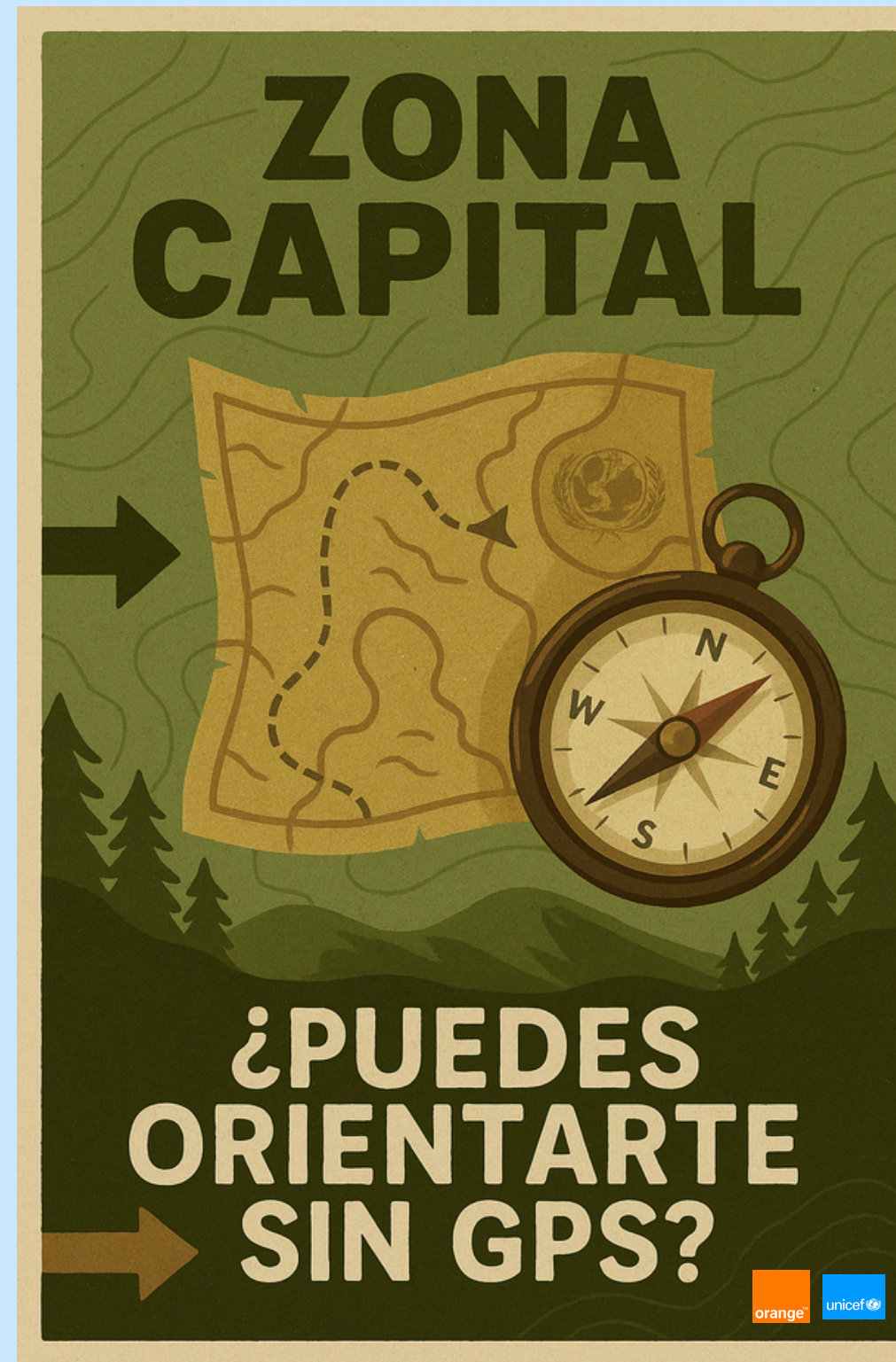


# 02

## Carteles decorativos del evento

Se diseñarán carteles decorativos de cada fase para irlos colocando estratégicamente dentro del recinto. En dichos carteles se podrán ver los nombres de las fases y algunas pistas se podrán ver reflejadas en ellos.

Además, para incrementar el FOMO, estos carteles decorativos, también se colgarán en zonas estratégicas de la calle, como universidades, colegios, centros comerciales entre otros, para que al leerlos, los jóvenes quieran participar.



# 03

## Teaser para las redes sociales

Tanto en las redes sociales de Orange, como las de UNICEF, se irán publicando reels y posts unas semanas previas al evento. Con estas publicaciones vamos a conseguir crear interés entre los jóvenes, ya que se irán mostrando adelantos de las fases y pistas que deberán memorizar para la fecha del evento.

# ¿Y SI NO TUVIERAS COBERTURA...

CARGANDO RETO...

## FASE 1: ZONA HACKEADA



SERÍAS CAPAZ DE RECONSTRUIR UNA TORRE CON TU EQUIPO... ANTES DE QUE TE ELIMINEN?

5 ZONAS.  
1 MISIÓN.  
0 MÓVILES.



Memoriza las pistas.  
Solo los que estén preparados...

#ModoSupervivencia  
#SinCobertura

APAGA EL MÓVIL. ENCIENDE TU VIDA.

Orange + unicef 

# 04

## Aftermovie post-evento

Con esta pieza, nos referimos a que después del evento, se grabarán algunos testimonios de los jóvenes que participarán, los cuales serán ellos mismos los que nos confirmen que detrás de las pantallas hay otro mundo igual de divertido.

Además, una vez finalizado el evento, se lanzará una campaña donde se resuma lo vivido durante el evento en formato video.



# ¡MUCHAS GRACIAS!

**2025**

Claudia Núñez-Barranco Alcácer  
María Martínez Arnaiz

**orange**<sup>™</sup>

**unicef** 