



milanuncios

Nota de prensa

Milanuncios lanza su nuevo posicionamiento de marca y defiende un 'consumo positivo'

La plataforma de compra y venta de segunda mano presenta su nuevo posicionamiento de marca con un manifiesto centrado en el consumo consciente y positivo

La campaña cuenta con la colaboración especial de Xuso Jones, quien anima a los ciudadanos a cambiar sus hábitos de consumo, sustituyendo sus apps de *fast fashion* por la de Milanuncios

'Consumo positivo' cuenta también con presencia en medios digitales, redes sociales y plataformas de vídeo

Milanuncios, la app con más experiencia en el mercado de segunda mano, ha dado un paso adelante en su evolución como marca con el lanzamiento de su nuevo posicionamiento: el consumo positivo.

En un contexto donde el consumo se ha vinculado a excesos, desperdicio y culpa, Milanuncios reivindica una nueva forma de entenderlo, donde comprar y vender no solo sea beneficioso para el usuario, sino también para la sociedad y el planeta. De hecho, el año pasado, **una de cada tres compras online en España se realizó a través de plataformas *ultra low cost***, representando el 34% del total de compras en línea en el país, fomentando el consumo impulsivo y generando toneladas de desechos.

Así, Milanuncios lanza su nuevo posicionamiento de marca -un encargo realizado a la agencia de branding Comuniza- que se ha presentado con un **manifiesto de marca** que redefine el consumo y lo convierte en una herramienta de cambio positivo:

"Nos han hecho creer que consumir es un problema. Que es exceso, egoísmo, incluso algo dañino. Nos han llenado de reglas, juicios y culpas: 'No compres tanto', 'No necesitas eso', 'Gasta menos'. Pero, ¿y si consumir pudiera ser otra cosa? ¿Y si fuera sumar, conectar y crecer? En Milanuncios creemos en el Consumo Positivo. Un grito, una actitud, una nueva forma de ver el mundo. Nos

rebelamos contra la culpa y los prejuicios. Aquí el consumo no destruye, construye. No divide, conecta.

Aquí eliges con libertad, sin restricciones ni remordimientos. Porque cada compra o venta que haces tiene impacto: reduces el desperdicio, prolongas la vida útil de las cosas, conectas con personas y fomentas comunidades. Consumes desde el deseo y el disfrute, pero también desde la consciencia. Comprar o vender en Milanuncios es hacer que el consumo sea una fuerza de cambio: para ti, para los demás y para el mundo. Milanuncios. Consumo Positivo."

Con este mensaje, la plataforma refuerza su propósito de ir más allá de la simple transacción y convertirse en un actor clave dentro de la economía circular, promoviendo un consumo más consciente, responsable y libre de juicios. Una apuesta que se refleja en cómo **el 85% de los ciudadanos ya utiliza plataformas de segunda mano**, según una encuesta realizada por Milanuncios junto Appinio a 1.000 españoles para analizar sus hábitos en sostenibilidad. Cifras que muestran el alto grado de penetración de este tipo de plataformas colaborativas.

Una campaña en medios digitales para impulsar el cambio

Para dar a conocer este nuevo posicionamiento, Milanuncios ha puesto en marcha una **campaña de spots en medios digitales y connected TV** basada en el manifiesto junto a COYOTE - Reserva Creativa -, la agencia responsable de la ideación y producción de la campaña que ganó el pitch de agencias realizado por la marca para realizar este encargo. A través de dos piezas audiovisuales, la marca transmite su mensaje personalizando el manifiesto para la compra y para la venta, invitando a los consumidores a reflexionar sobre su forma de comprar y vender respectivamente.

La campaña estará presente en **medios digitales, redes sociales y principales plataformas de vídeo**, con el objetivo de llegar a una audiencia amplia y diversa que ya utiliza la segunda mano como una alternativa sostenible y económica.

Xuso Jones se une al 'consumo positivo'

En este contexto, desde Milanuncios han salido a las calles para dar voz a este mensaje y, manteniendo su relación con la agencia ES3 (del grupo Jungle), han creado una colaboración muy especial en las calles de Madrid para recompensar a aquellas personas que den el paso hacia el consumo positivo.

Como parte de este lanzamiento, Milanuncios ha llevado a cabo una **acción creativa junto al influencer y creador de contenido Xuso Jones**, conocido

por su humor, naturalidad y su capacidad para conectar con el público a través del entretenimiento.

En esta colaboración, Xuso Jones ha interpretado el concepto de **Consumo Positivo** de una forma diferente, recompensando con 50€ a las personas que eliminaran las aplicaciones donde el consumo se aleja de ser positivo -al tratarse de aplicaciones de consumo agresivo a precios extremadamente bajos- y se descargara la app de Milanuncios.

Con este movimiento, Milanuncios continúa reforzando su conexión con nuevas audiencias y pone en valor el papel de los creadores de contenido a la hora de difundir mensajes relevantes para la sociedad, tras haber creado en 2024 acciones con otros perfiles como Lola Lolita -cuando la hicieron saltar a 4.000 metros de altura con un paracaídas de segunda mano-, Nil Ojeda -creando la primera máquina de vending de productos de segunda mano- y Peldanyos -sorteando los guantes con los que peleó en La Velada del Año-.

Milanuncios, más allá de la segunda mano

Este nuevo posicionamiento no solo busca **comunicar un mensaje**, sino también **afianzar el papel de Milanuncios como una plataforma que va más allá de la compraventa**, ayudando a los usuarios a encontrar nuevas oportunidades y generando conexiones entre personas sin sentirse juzgadas por sus decisiones. *“Milanuncios lleva un tiempo cambiando y este es el gran paso que necesitaba la marca para seguir afianzando nuestro mensaje: se puede consumir de forma positiva para ti, para el planeta y para tu bolsillo, pero tienes que saber cómo. Y en Milanuncios hemos lanzado este manifiesto como declaración de intenciones”*, explica Magalí Rey, Directora de Marketing de Milanuncios.

Ficha técnica agencia creativa:

- Agencia: ES3 (Jungle)
- Anunciante: Milanuncios
- Producto: Acción “El anuncio de Milanuncios”
- Sector: Retail y segunda mano
- Brand Manager: Marta Machado
- PR & Content Manager: Íñigo Vallejo
- Digital Brand Manager: Elena Díez
- Head of Creative Business: Paula Marín
- Equipo de cuentas: Isabel Velasco
- Dirección Creativa Ejecutiva: Mónica Casado
- Redacción: Samelie Flores
- Dirección de arte: Samuel Rico / Samuel Modol
- Producción Audiovisual: Javier Guridi
- Influencer: Xuso Jones
- Manager: Natalia Rivera

- Agencia de influencer: Keepers
- Enlace: <https://www.instagram.com/reel/DHGMclztdEV>

Ficha técnica agencia creativa:

- Agencia: COYOTE - Reserva Creativa -
- Anunciante: Milanuncios
- Producto: Campaña "Consumo positivo"
- Sector: Retail y segunda mano
- Directora de Marketing: Magalí Rey
- Brand Manager: Marta Machado
- Digital Brand Manager: Elena Díez
- Equipo creativo COYOTE: Manasés Perales, Manuel Arranz, Enrique Moreno.
- Productora: Big Jerry
- Dirección de producción: Cristina Traver
- Realizador: Roberto Castelli
- DOP: Manu Zafra
- Jefe de producción: Alfonso Ortegón
- Dir. Arte: Odette Suárez de Puga
- Música / diseño sonoro: Mercader Lab
- Locutor: Laura Jordan
- Stilyst / vestuario: Amaia Olmedo
- Maquillaje/ peluquería: Beatriz Torrijos
- Piezas: "Compra" y "Venta" versiones de 20", 15" y 10"
- Título: Manifiesto
- Enlace: <https://youtu.be/ee4SEW1pYsc?si=Ar3SH-6dU0uCiPLq>

Ficha técnica agencia comunicación:

- Agencia: theGarage
- Anunciante: Milanuncios
- Producto: Acción "El anuncio de Milanuncios"
- PR & Content Manager: Íñigo Vallejo
- Equipo de cuentas: Irene Vicente, Elia Manteca, Laura Benito y Arantza Chivite

PARA MÁS INFORMACIÓN

Sala de prensa

prensa.milanuncios@adevinta.com

<https://milanuncios.com/prensa>

Milanuncios es la app y web de anuncios en la que la gente realmente compra y vende de todo: desde decoración y electrónica, hasta pisos y coches. Nacida en el entorno digital en 2005, su trayectoria convierte a Milanuncios en la plataforma con más experiencia en el mercado de segunda mano. Su sencillez y facilidad de uso han hecho posible que la plataforma cuente con un público consolidado de 14 millones de usuarios mensuales. En el último año se han publicado más de 14,4 millones de anuncios, un promedio de 61.100 nuevos anuncios en app y web. El crecimiento de su renovada app ha permitido a Milanuncios posicionarse como una de las 25 apps que más han crecido en 2022, Top4 en apps de Retail, según el informe de Smartme Analytics

Milanuncios pertenece a Adevinta Spain, una una compañía líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario (Fotocasa y habitacalia), empleo (InfoJobs), motor (coches.net y motos.net) y compraventa de artículos de segunda mano (Milanuncios). Los negocios de Adevinta han

evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. La sede de la compañía está en Barcelona y cuenta con una plantilla de 1.200 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.