

Buona “doppia visione” con Wiko: al via la campagna TV per il lancio della gamma WIM

Milano, 14 settembre 2017 – [Wiko](#), brand di telefonia francese nella Top 5 delle aziende di smartphone in Europa occidentale e quarto player sul mercato italiano, è pronto a tornare in comunicazione TV per il lancio della nuova gamma di smartphone WIM.

On air da oggi fino al 14 dicembre, lo [spot da 30”](#) in vero stile **Game Changer** strizza l’occhio ai Millennials e agli instancabili dei Social. Interamente girato a Marsiglia, Headquarters europeo dell’azienda e cuore creativo dello spirito colorato e irreverente del brand, il commercial gioca sulle prospettive e sull’illusione ottica e vede come protagonisti **WIM e WIM Lite**, i nuovi top di gamma dell’azienda, che puntano a offrire una stupefacente esperienza visiva e multimediale: il messaggio *“Doppia visione – scatta lo share”* allude infatti alla doppia fotocamera di WIM, ma soprattutto alla doppia proposta di smartphone dedicati alla fotografia mobile e per questo particolarmente adatti alla condivisione sui Social.

Obiettivo della nuova campagna di Wiko è quella di parlare alle giovani generazioni social-addicted sfruttando i trend del momento, musica e unicorni compresi: non a caso, lo spot andrà **in onda esclusivamente su SKY** (canali SKY1 e SKY1 +1), durante la nuova edizione di **XFactor 11**, divenuto negli ultimi anni lo show TV di riferimento del pubblico più giovane e connesso di sempre.

“Wiko è un brand che ha i social media nel suo DNA: abbiamo voluto sviluppare un contenuto televisivo con il linguaggio dei giovanissimi e adatto ai codici di comunicazione di XFactor. Il risultato ci rappresenta a 360°, visto che è lo stesso stile che si trova negli uffici dell’Azienda” - ha dichiarato **Petra Ventura, Marketing e Communication Director di Wiko Southern Europe**.

La pianificazione prevede **306 passaggi totali**, dal 14 settembre fino al 14 dicembre, nel minuto immediatamente precedente a tutte le puntate del programma e delle sue repliche (Opening break di Casting, Live, Puntata Finale e Daily).

WIM e WIM Lite sono disponibili con TIM grazie all’offerta che consente di scegliere il modello preferito a partire da 5 Euro al mese.

Credits:

Concept: Wiko Global

Produzione: Hvhfilms

Programmazione: dal 14 settembre al 14 dicembre 2017 su SKY1 e SKY1 +1 in apertura di XFactor (306 passaggi totali).

A PROPOSITO DI WIKO



Wiko SAS è stata fondata nel 2011 a Marsiglia in Francia da Laurent Dahan. Wiko porta il suo contributo originale e unico al mercato della telefonia offrendo un nuovo approccio per rendere la tecnologia più avanzata accessibile anche al grande pubblico. L'azienda apre gli uffici in Italia a fine 2013. Nel 2016, Wiko è il secondo brand produttore di smartphone più venduto in Francia, il quarto nel mercato italiano¹ ed entra nella Top 5 delle aziende di smartphone in Europa occidentale². Con 500 dipendenti a livello globale e presente in più di 30 Paesi tra Europa, Asia, Africa e Medio Oriente, Wiko nel 2017 continua il suo ambizioso percorso di espansione con il recente ingresso nei mercati di Grecia, Egitto e Giappone.

(1) Fonte: GfK aprile 2017

(2) Fonte: Counterpoint Technology market report 2Q-2016

PER MAGGIORI INFORMAZIONI ALLA STAMPA:

Alessandra Bassani - Claudia Tremolada

CONNEXIA SRL

Cell. 345 2496410

wiko@connexia.com