



“SERVIZI SOCIAL” ARRIVA LA NUOVA WEBSERIE FIRMATA WIKO

Online dal 15 maggio il nuovo e irriverente branded content prodotto da FremantleMedia per il brand francese di telefonia con protagoniste alcune delle più famose webstar del momento

Prendi un artista di riferimento per il pubblico dei Millennials, che con un solo video musicale raccoglie più visualizzazioni della popolazione italiana, aggiungi personaggi popolarissimi in rete disposti a prendersi un po' in giro, ci sono tutti gli ingredienti per una webserie da seguire. Online dal 15 maggio, Servizi Social è il nuovo progetto di branded content di **Wiko**, il brand francese di telefonia mobile, prodotto da FremantleMedia, leader mondiale nell'ideazione, produzione e distribuzione di programmi d'intrattenimento e serie televisive.

Quattro esilaranti puntate, da 1 minuto ciascuna, in cui Fabio Rovazzi, il re Mida della rete e delle classifiche musicali, cercherà di risolvere i dilemmi “social” dei suoi inaspettati pazienti trasformandosi in un vero e proprio esperto di social network. Accanto al popolare cantante, Servizi Social vede infatti come protagonisti alcune inaspettate star del web e del piccolo schermo: **Matt&Bise**, duo comico da milioni di follower; **Martina dell'Ombra**, youtuber famosa per le sue originali interpretazioni dei personaggi più controversi del web; **Giancarlo Magalli**, storico volto della televisione italiana e ora anche ironico intrattenitore dei social network. I contenuti saranno promossi e condivisi sui canali delle star protagoniste e su tutti i social ufficiali di Wiko Italia.

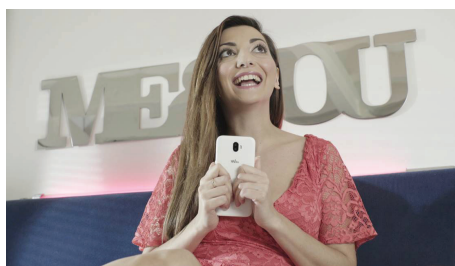
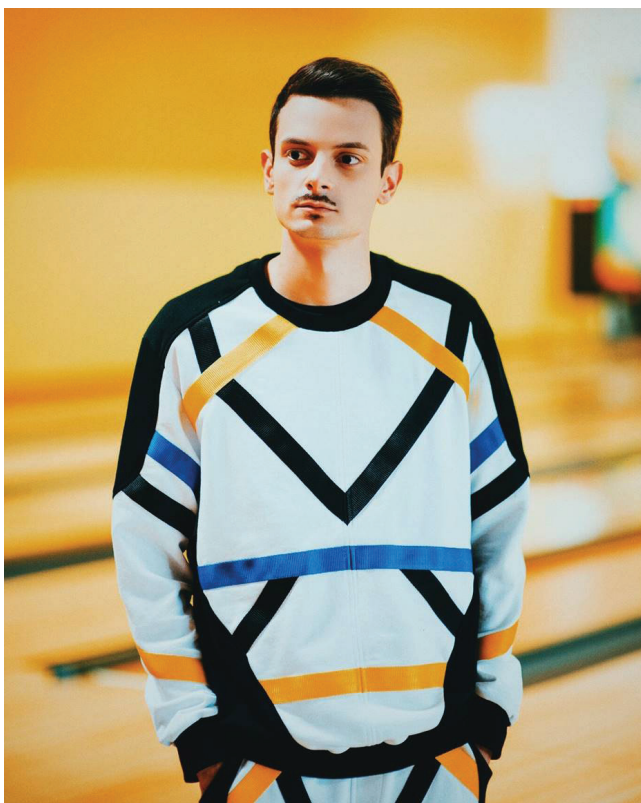
Originale, divertente e senza filtri, un po' come Wiko, Servizi Social racconta le nuove generazioni e l'attualissima realtà dei social network che vive principalmente sullo smartphone, con la stessa ironia e irriverenza che contraddistingue il brand più Game Changer del mercato della telefonia: da sempre Wiko si impegna infatti a utilizzare il web come canale di comunicazione privilegiato, trasformando le reti sociali in una linea diretta con gli utenti, per dare loro una voce, ascoltarli e comprenderne le esigenze, creando così una vera e propria comunità di “Wikonauti”.

L'importanza di utilizzare i social network come strumento di aggregazione, conoscendone in profondità fenomeni e dinamiche, è il valore cardine della filosofia del brand, tanto da riflettersi anche nel suo stesso nome: Wiko è l'abbreviazione di **We & the Community**, a rappresentare l'impegno dell'azienda nel dialogare con ogni singolo “Wikonauta”, trasformandolo in un vero e proprio ambasciatore del marchio.

“Servizi Social è un progetto che parla il linguaggio dei nostri utenti, con la voce dei loro personaggi più amati, che vuole raccontare quali sono le dinamiche dei social network, con un punto di vista ironico e attuale. Per raggiungere la generazione dei “Millennials”, nostro pubblico di riferimento, abbiamo voluto sviluppare un progetto di branded content con la collaborazione di un partner importante come FremantleMedia, che fosse prima di tutto intrattenimento, lasciando che il brand venisse associato nel modo più naturale possibile al contenuto e ai protagonisti, nei quali riconosciamo il nostro stile di comunicazione Game Changer: graffiante e diretto” commenta **Petra Ventura, Marketing e Communication Director Southern Europe di Wiko.**



Servizi Social è quindi un racconto, dove lo smartphone assume un ruolo di attore non protagonista, ma pur sempre il mezzo fondamentale per l'interazione sui social. Appare quindi per la prima volta nella comunicazione di Wiko, WIM e la sua versione più essenziale WIM Lite, device di ultima generazione presentati allo scorso Mobile World Congress e in arrivo sul mercato italiano il prossimo giugno.



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 febbraio 2017

[2] Fonte: Counterpoint Technology market report 2Q-2016

A PROPOSITO DI FREMANTLE MEDIA

FremantleMedia è leader mondiale nell'ideazione, produzione e distribuzione di programmi d'intrattenimento e serie televisive. È parte di RTL Group, uno dei principali gruppi radiotelevisivi europei, controllato al 90% da Bertelsmann AG.

La leadership del gruppo, in Italia come nel Mondo, è fondata su grandi successi d'intrattenimento, come Got Talent, The X Factor, Idols, The price is right, Take me out, The Farmer wants a wife.

Il concept creativo e la produzione della webserie sono stati realizzati per Wiko dal Branded Entertainment Department di FremantleMedia. La Business Unit è specializzata nella creazione e realizzazione di contenuti basati sui valori e sugli obiettivi strategici dei brand e pensati per una distribuzione digitale e televisiva.

Per maggiori informazioni alla stampa:

Claudia Tremolada - Sebastiano Manzoni

CONNEXIA SRL

Tel: 02 8135541 int 243 - wiko@connexia.com

