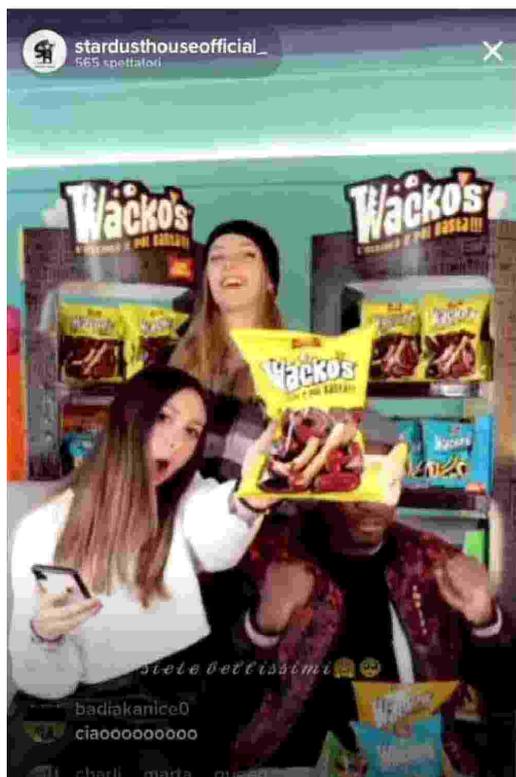


# Partnership Wacko's si unisce a laki e Cimiciurri per parlare alla Gen Z con la nuova social media strategy

Wacko's, brand di snack del gruppo San Carlo dedicato ai teenager, affida a laki e Cimiciurri la propria social media strategy, con l'obiettivo di massimizzare la propria visibilità e consideration sul target Gen Z. La nuova strategia vivrà sui canali proprietari Wacko's Instagram e TikTok, sulle migliori piattaforme italiane di social community e nella TikTok House più grande d'Italia, la Stardust House, attraverso i contenuti dei TikToker più seguiti. Wacko's è un prodotto nativamente giovane, per le referenze di gusto e per l'animo irriverente che ha sempre caratterizzato identity e comunicazione. Per il consolidamento di questo posizionamento su un pubblico particolare come la Gen Z, la nuova social media strategy di Wacko's parlerà in modo spontaneo con i trend, linguaggi e trattamenti grafici specifici dei diversi canali. Da un lato i canali owned del brand Instagram e TikTok veicolano la comunicazione di prodotto nelle sue qualità e caratteristiche seguendo i trend più rilevanti, dall'altro la comunicazione entertainment viene affidata a canali terzi e a mondi affini al pubblico Gen Z: le migliori piattaforme di social community e la TikTok House più grande d'Italia. La Stardust House è, infatti, il player scelto per comunicare Wacko's

L'iniziativa prende vita sui canali proprietari Instagram e TikTok e sulle migliori piattaforme italiane di social community; e viene coinvolto anche un player d'eccezione: "Stardust House"

attraverso la voce degli influencer TikTok, portando in modo nativo gli snack all'interno della quotidianità della casa, tra balletti, divertimento e svago. Una social media strategy che include anche un'efficace ottimizzazione media, per raggiungere il pubblico Gen Z contestualmente alla sua dieta mediatica. Comunicare il nuovo Wacko's passa quindi per un approccio diversificato dei canali owned e dei partner terzi, mirato a mostrare le qualità dei prodotti sia nell'occasione di consumo, sia nel suo senso più intrinseco, con una innovativa comunicazione sostanziale rivolta al pubblico della Generazione Z.



## CREDITS

**Diego De Lorenzis:** Client Director

**Filippo Focchi:** Direttore Creativo

**Marta Monteleone:**

Head of Social Media

**Simone Muletti:**

Head of Media Planning

**Alberto Iudica:**

Creative Strategy Manager

**Francesco Minerva:**

Senior Account Manager

**Giorgia Cestariolo:** Account

Alessandro Abeni:

Senior Social Media Manager

**Claudia Tavelli:** Art Director

**Daide Spinelli:**

Social Media Editor