

Motorola x Brainsonic : une campagne media 360 pour la nouvelle gamme de smartphones

Brainsonic déploie en France «Find your Edge », la nouvelle campagne de Motorola pour le lancement de sa gamme Edge, destinée tout particulièrement aux millenials et à la genZ.



L'agence Brainsonic poursuit sa collaboration avec Motorola à l'occasion de la campagne **Find your Edge** pour promouvoir la nouvelle gamme de smartphones. Petits bijoux de technologie, les **edge20 lite**, **edge20** et **edge20 Pro** sont dotés d'optiques nouvelles générations améliorant l'expérience photos et vidéos de nuit, et d'un design à la finesse remarquable.

Soutenue par un **plan d'affichage national massif**, cette nouvelle campagne sera visible en OOH, DOOH, Online Radio et Online Vidéo (revendeurs et gares de France), Digital & Social Media jusqu'au 22 octobre.

Cette campagne s'inscrit dans la **continuité des opérations social media & influence** menées par Motorola France avec Brainsonic depuis 2019. La marque poursuit sa re-conquête du marché français avec un objectif très clair de préférence de marque sur les **millenials et la genZ**.

“Motorola continue son come-back en France en visant toujours plus haut. Avec la campagne Find Your Edge, nous repartons à la conquête d'un public plus jeune qui n'a pas peur d'explorer ses limites et celles de son smartphone. Brainsonic a parfaitement compris nos enjeux et se révèle être un partenaire précieux de cette stratégie ”, précise Camille Castinel, Directrice Marketing Motorola France.

« L'enjeu pour Motorola est d'émerger et d'imprimer les esprits sur le territoire ultra saturé de la téléphonie. Par le positionnement résolument genZ, ce travail porte ses fruits. Nous sommes heureux de pouvoir travailler véritablement main dans la main et de proposer aujourd'hui cette campagne d'envergure » explique Sarah Empeyta, Directrice de Clientèle.

CONTACT

Salomé Lallement - Cheffe de projet Communication & Marketing

salome.lallement@brainsonic.com

0761282950