



WINDTRE: NASCE IL BRAND UNICO, L'INIZIO DI UNA NUOVA FASE...

Hedberg: svolta strategica per l'azienda, continuiamo ad investire, 6 miliardi in 5 anni, in innovazione e servizi di qualità per i nostri clienti consumer e business

Roma, 6 marzo 2020 - WINDTRE lancia il nuovo brand unico e la rete più grande d'Italia, un'infrastruttura 'Top Quality' di ultima generazione, già pronta per la sfida del 5G.

Per il Ceo Jeffrey **Hedberg**, "il lancio di WINDTRE in un unico nuovo marchio rappresenta una svolta decisiva per la nostra azienda, l'inizio di una nuova fase per i nostri clienti consumer e business. A nome di tutta la nostra squadra, che, negli ultimi tre anni, ha lavorato senza sosta all'integrazione e alla modernizzazione della nostra rete, dei nostri sistemi e di tutti i principali touchpoint con i clienti, ho il grande piacere di annunciare la nuova identità di WINDTRE. Per conseguire questi risultati stiamo investendo 6 miliardi di euro in 5 anni in innovazione e in infrastrutture moderne, – aggiunge – un investimento che si riflette al meglio nella nostra rete '5G ready'. Il DNA del nuovo brand, che mette sempre al centro i clienti, e le nostre persone ci permetteranno di offrire e lanciare servizi di elevata qualità su tutto il territorio nazionale. In particolare, conclude Hedberg, in questo periodo di grandi incertezze, come team abbiamo un ruolo cruciale nel mettere a disposizione dei nostri clienti una connettività di alta qualità, oggi come nello sviluppo futuro del Paese".

I brand originali si trasformano in un nuovo marchio per il mercato consumer, WINDTRE, di colore arancione e dalle forme arrotondate e 'liquide', che consolida il posizionamento valoriale dell'azienda. Con al centro, una tecnologia accogliente, 'molto più vicina' alla vita quotidiana delle persone. In linea con queste caratteristiche, si rinnova anche la veste grafica di WINDTRE Business, il marchio dedicato ad aziende e professionisti.

"Il ruolo di un'azienda di tlc come la nostra deve essere quello di facilitatore delle relazioni umane", afferma **Gianluca Corti**, Chief Commercial Officer. "Per questo, WINDTRE vuole avvicinare le persone attraverso la tecnologia, supportandole ogni giorno nelle sfide del presente. Con il nuovo brand unico e l'infrastruttura mobile più grande d'Italia, precisa Corti, potremo proporre nuove ed efficaci soluzioni commerciali, attraverso una rinnovata rete di negozi su tutto il territorio nazionale".

La nuova WINDTRE, inoltre, nasce con una rete 'Top Quality', secondo i test condotti dalla società internazionale di consulenza e di soluzioni ingegneristiche umlaut. Un'infrastruttura frutto di notevoli investimenti, realizzata con successo dal team Technology guidato dal CTO dell'azienda, **Benoit Hanssen**. Con circa 20.000 siti di trasmissione '5G ready', la rete WINDTRE rappresenta il network mobile più grande d'Italia sia come traffico gestito che come capacità di accesso disponibile e consentirà di implementare rapidamente lo standard di rete di quinta generazione. Inoltre, garantisce un servizio voce di grande affidabilità ed è in grado di supportare i servizi ICT più innovativi, a vantaggio di famiglie e imprese.

La nascita del nuovo brand unico WINDTRE è annunciata da una campagna media, on air da domenica 8 marzo. Nel primo spot, il logo viene rivelato attraverso una speciale animazione, con un focus sulla forza della rete 'Top Quality'. **Fiorello** e **Fabio Rovazzi** saranno gli Ambassador del brand unico, mentre la campagna, diretta da **Gabriele Muccino**, ha come colonna sonora il brano multiplatino "Esseri Umani" di **Marco Mengoni**, star del pop italiano, in una versione esclusiva per WINDTRE. La scelta riprende il claim 'molto più vicini', in linea con il posizionamento valoriale del marchio.

Al via anche il sito istituzionale windtregroup.it, un canale pensato per raccontare l'identità di WINDTRE e il suo impegno per la digitalizzazione del Paese.

Sul sito corporate, così come su tutti gli altri principali touchpoint digitali dell'azienda, è online da oggi una pagina dedicata al brand unico che permette di esplorare la genesi del marchio, i suoi valori, la forza del suo network e la capillarità della sua rete vendita.