



Next 14 per RINGO GENERATIONS: un progetto da 440 milioni di views

- *Tik Tok inserisce la challenge tra le sue case history più significative*
- *412 milioni di views dell'hashtag #ringochallenge*

Milano, 16 novembre 2020 – Il progetto “**Ringo Generations**” realizzato da Next 14 – agenzia specializzata in marketing technologies – in un solo mese ha fatto registrare oltre **440 milioni di visualizzazioni sulle diverse piattaforme digital coinvolte**: YouTube, Instagram e TikTok.

Next14 ha coinvolto nel **progetto 3 artisti della Gen Z amati dai teenager** (Shade, Federica Carta e Luna) che hanno prodotto altrettanti **jingle basati sul confronto generazionale**. Un tema, questo, fondamentale nella comunicazione di Ringo, il biscotto che supera le differenze tra generazioni facendole dialogare sul territorio comune della musica. I videoclip realizzati per il lancio dei jingle, per i quali si è trovato un giusto equilibrio tra presenza del brand e contenuto artistico, hanno generato in poco più di un mese oltre 24 milioni di views, grazie anche ad un forte piano media realizzato con il Centro Media OMD.

In uno dei passaggi fondamentali dei videoclip gli artisti si sono cimentati in una coreografia con la loro controparte generazionale: questo balletto è stata la base per il lancio di una **Challenge su TikTok**, territorio ancora poco esplorato ma dalle grandi potenzialità.

Per lanciare e dare alla #RingoChallenge la giusta visibilità, Next14 ha coinvolto 4 tiktokker top in Italia: Marta Losito, Cecilia Cantarano, Gianmarco Rottaro e Lele Giaccari. I ragazzi hanno dato vita ad una Challenge **che ha raccolto oltre 412 milioni di views dell'hashtag #ringochallenge e che ha visto la partecipazione di più di 4.000 utenti TikTok** che hanno utilizzato i jingle di Ringo per i loro video, **generando 11,7 milioni di views**.

Il grande successo dell'iniziativa è stato riconosciuto dalla **stessa piattaforma TikTok, che inserirà la #RingoChallenge tra le sue case history più significative**.

Una nota particolare merita l'alto tasso di engagement dei materiali prodotti: **i 28 contenuti prodotti dagli artisti sui loro social e la Challenge su TikTok hanno registrato un engagement rate del 15%**, a dimostrazione della validità della proposta dal punto di vista del coinvolgimento dei target.

“Uno dei punti di forza di questo progetto è stato quello di saper raggiungere, grazie a contenuti interessanti per entrambi, i due target principali del brand, da un lato i consumatori kids/teen e dall'altro i loro genitori, responsabili di acquisto. Questo ha stimolato la co-view

favorendo l'ingaggio e portandoli a produrre contenuti in coppia" ha spiegato **Silvia Napolitano, Responsabile Clients di Next 14.**

[About Next 14](#)

About Next 14

Next 14 è un nuovo modello di Agenzia che unisce dati e creatività, fisico e digitale. Siamo leader nelle marketing technologies. Aiutiamo i Clienti a monitorare e orientare il comportamento dei consumatori attraverso strategie e soluzioni che restituiscono risultati concreti e misurabili. I principali servizi che Next 14 fornisce, grazie alla piattaforma di marketing Next One e attraverso i propri team specializzati, sono sia content-based (consulenza, band integration, brand entertainment) che media-based (analisi, pianificazione, erogazione advertising digitale e gestione dei canali marketplace). Con oltre 30 milioni di fatturato Next 14, opera in Italia e Spagna.

Ufficio stampa

Chiara Cartasegna

chiara.cartasegna@esclapon.it

M: +39 348 9265993