



NEXT 14 AL WEBINAR di IAB ITALIA "ATTIVARE LA GENERAZIONE Z: IL CASO RINGO GENERATIONS"

Milano, 23 febbraio 2021 – Si è appena concluso il **webinar organizzato da IAB Italia** "Attivare la generazione Z: il caso Ringo Generations" che ha visto protagonisti **Laura Signorelli (Marketing Director Barilla)**, **Silvia Napolitano (Client & Operations Director Next Studios)**, **Giuliano Cini (Brand Lead TikTok)** e **Laura Schiava (Strategy Manager OMD)** in un **interessante dibattito sulle strategie per ingaggiare la generazione Z**, al quale hanno partecipato oltre 300 utenti. Ha moderato l'incontro Elisa Pucci di IAB Italia.

Nel corso del webinar sono emersi diversi spunti sui comportamenti della Generazione Z nei confronti dei diversi media, in particolare dal dibattito è emerso che **i giovanissimi** siano sempre meno avvezzi alla televisione e siano invece **molto presenti in piattaforme di condivisione di contenuti creativi come Tik Tok** che privilegiano il suono ed i video. L'intervento di Tik Tok ha messo in evidenza alcuni dei **principali trend** che emergono dall'utilizzo della piattaforma da parte della Generazione Z, come l'interesse su temi di sostenibilità e attivismo sociale. In particolare è stato **presentata come storia di successo**, il progetto **"Ringo Generations"**, ideato e realizzato da Next 14. La campagna attivata per questo progetto, infatti, ha contribuito positivamente anche sui principali indicatori di marca, evidenziando crescite significative in termini di top of mind e brand consideration sia sul target teens che sugli adulti. Buono l'impatto anche su distintività e rilevanza della marca riconosciuta dalla Generazione Z.

Silvia Napolitano, Client & Operations Director di Next Studios (la divisione di Next 14 che innova il mondo del branded entertainment portando al servizio dello storytelling di marca l'esperienza dei migliori professionisti dell'intrattenimento) è intervenuta spiegando che "essendo Ringo un **prodotto transgenerazionale** abbiamo identificato la musica come punto di incontro tra i due target (genitori e figli), di conseguenza Tik Tok si è rivelata la piattaforma ideale per veicolare i valori di Ringo attraverso una challenge transgenerazionale. La sfida lanciata sulla **#RingoChallenge** coinvolgeva le due generazioni in una semplice coreografia da ballare assieme sui jingle di Ringo. Abbiamo quindi reso **Ringo attivatore di questa challenge** e non spettatore passivo. In questo modo la sfida è diventata virale ed ha coinvolto oltre 4.000 partecipanti che hanno generato **oltre 45 milioni di interazioni** con un **engagement medio del 15.5%**. Tutto questo ha registrato un risultato oltre alle aspettative di **445 milioni di visualizzazioni**, più del doppio della media di visualizzazioni indicata da Tik Tok per progetti analoghi a questo".

About Next 14

Next 14 è un nuovo modello di Agenzia, leader nelle marketing technologies, che unisce dati e creatività, fisico e digitale.

Attraverso le unit Media, Strategy, Studios, Commerce e Publisher, che presidiano le aree più strategiche del marketing contemporaneo, offre ai Clienti progetti e soluzioni che restituiscono risultati concreti e misurabili. Con circa 30 Milioni di fatturato, è attiva in Italia e Spagna.

Ufficio Stampa

Chiara Cartasegna
chiara.cartasegna@esclapon.it
M: +39 348 9265993