

“L’Italia a morsi al ristorante”: torna su Food Network la seconda edizione del branded content prodotto da Next 14

Milano, 8 Novembre 2022 – A partire dal **15 Novembre alle ore 22** torna su Food Network, canale 33, **“L’Italia a morsi al ristorante”**, il programma che racconta i professionisti della ristorazione attraverso un vero e proprio viaggio tra le tradizioni e le bellezze della penisola italiana, prodotto da **Next Studios**, la content agency del gruppo di comunicazione integrata **Next 14, per Warner Bros. Discovery**.

Questa seconda edizione vedrà protagonista **Francesco Aquila**, vincitore della decima edizione di **“Masterchef Italia”**.

Francesco, che con la sua simpatia e le sue abilità culinarie ha già conquistato il pubblico durante il celebre cooking show, ci porterà con lui alla scoperta dei **migliori ristoranti tipici d’Italia** per conoscere ricette tramandate di generazione in generazione, oltre che produttori e materie prime d’eccezione.

“Uscire dalle vesti di chef per condurre la nuova edizione de “L’Italia a morsi al ristorante” è stata senza dubbio una grandissima soddisfazione e l’occasione perfetta per avvicinarmi al mondo dell’ospitalità.

Sono sempre stato dell’opinione che non si finisca ma di imparare e questa è stata per me un’esperienza incredibilmente formativa e sorprendente: ogni luogo e persona che ho incontrato durante il percorso mi ha lasciato qualcosa di indimenticabile. Spero che le persone a casa possano provare e percepire quello che ho sentito io.” - Ha dichiarato **Francesco Aquila**, vincitore della 10° edizione di Masterchef Italia

Per raccontare la tradizione della cucina italiana attraverso ristoranti, ricette e luoghi iconici, Next 14 si è avvalsa della propria expertise in ambito **brand integration** per valorizzare al massimo la premium partnership tra “L’Italia a morsi al ristorante” ed il **Gruppo Lunelli**.

Le referenze Lunelli sono infatti presenti in ogni episodio del format TV attraverso la sigla e una serie di **posizionamenti strategici per generare awareness** e rendere noti e riconoscibili al pubblico i valori che ne caratterizzano i brand.

A porre la ciliegina sulla torta per quanto riguarda l’inquadramento del Gruppo Lunelli all’interno de “L’Italia a morsi al ristorante”, sarà una puntata tutta dedicata ad **un’experience immersiva** all’interno della quale **Francesco Aquila racconterà il prodotto visitando un luogo particolarmente rappresentativo per l’identità del brand, sfruttando diversi touchpoint per valorizzarlo al massimo**.



“Con piacere l’inizio della nostra collaborazione con Aquila coincide con il suo ritorno in televisione, in particolare in un format particolarmente azzeccato con la sua persona, abile e fantasioso in cucina, curioso e appassionato lontano dai fornelli: un perfetto biglietto da visita della creatività e della bellezza italiana”, commenta **Massimo Giudici, Direttore Commerciale di Capital Innova**, agenzia di comunicazione che rappresenta Francesco Aquila

About Next 14

Next14 è tra i principali gruppi italiani indipendenti di comunicazione integrata, leader nelle marketing technologies. Aiutiamo i Clienti a raggiungere obiettivi di awareness e conversion attraverso strategie consistenti, contenuti rilevanti e una distribuzione media rigorosamente basata sui dati, gestiti e attivati grazie a piattaforme tecnologiche proprietarie. Passione, esperienza, fiducia e trasparenza guidano quotidianamente il lavoro del nostro team, che si pone sia come agenzia integrata a presidio dell’intero communication journey, che attraverso l’offerta di business unit in grado di gestire esigenze verticali specifiche (content, advertising, dati, e-commerce, retail). Next 14 ha sede a Milano e Madrid e un fatturato 2022 previsto di oltre 40 milioni di Euro.

Ufficio Stampa

Chiara Bardellotto

chiara.bardellotto@next14.com

M: +39 342 7478221