



## **“Unique Together”: al via la nuova campagna Ringo firmata Next14**

*La campagna di Next14 per Ringo segna un forte cambiamento dell'immagine del brand, con una nuova strategia digitale che mette al centro la Generazione Z e prevede partnership di rilievo, a partire dal Giffoni Film Festival.*

Milano, 27 marzo 2023 - On air la nuova campagna di Ringo realizzata insieme a Next14, agenzia integrata di comunicazione e marketing, che di recente si è aggiudicata la gara per diventare partner strategico e agenzia ADV del brand del Gruppo Barilla.

La campagna, che avrà come claim “Unique Together”, rappresenta una vera e propria rivoluzione in casa Ringo, segnando un forte cambiamento nella comunicazione del brand. Un nuovo posizionamento per l'iconico marchio, che mette in scena i Tweeners usando parole rappresentative del loro modo di vivere e accomunate dalla R iniziale, la stessa di Ringo.

Un target, quello dei Tweeners, più attento e sensibile a valori contemporanei ormai interiorizzati, come quelli di diversity e inclusion. Tramite il pay-off la campagna sottolinea come l'unicità di ciascun individuo valorizzi il gruppo e lo stare assieme. Non è un mondo che si conforma a norme e stili codificati, ma una generazione che pulsa grazie all'accettazione e alla valorizzazione delle differenze: Ringo vuole essere al passo con questo cambiamento.

Proprio i ragazzi sono stati il punto di partenza dell'indagine di Next14, che ha messo insieme un gruppo di rappresentanti di questa fascia - stimolandoli ad individuare una rosa di parole chiave che, nella loro esperienza, definissero al meglio il loro habitat. Unica condizione, l'iniziale delle parole stesse, ossia la “R” di Ringo. Ne è scaturito un insieme di verbi, aggettivi, sostantivi che rappresentano il mondo dei giovani, e che ne trasmettono l'essenza.

Ribellati, Rivelati, Rischia, Ridi: sono solo alcune delle parole che la campagna indaga e veicola attraverso una serie di scene contemporanee raccontate nella loro veridicità. Una campagna che ha come forte valore aggiunto la modularità: gli spot saranno infatti composti da brevi clip, una per ogni R, moduli indipendenti affiancabili e sostituibili tra loro, che permetteranno di costruire di volta in volta formati e soggetti diversi a seconda del media e dei messaggi che si vorranno spingere maggiormente.

La strategia e la creatività ideate da Next14 trovano forza nella coerenza del nuovo posizionamento del marchio in tutti i touchpoint della campagna: TV, digital, social, che si parli di ADV classico o di branded content.

Tra questi, grande attenzione sarà data ai social network di Ringo, dove i Tweeners potranno trovare contenuti sempre nuovi e originali creati e distribuiti da diversi creators che con le loro unicità periodicamente si alterneranno per arricchire il palinsesto del brand. Questi saranno scelti e ingaggiati a seconda degli interessi della community e dei trend, e andranno a comporre una squadra di talenti che animeranno i canali social di Ringo, con l'intento di essere più in connessione con il target. I canali social di Ringo vivranno grazie a Next14 una vera e propria rivoluzione: saranno infatti archiviati tutti i contenuti precedenti su Facebook e Instagram, per veicolare anche tramite i creators la sensazione di un nuovo inizio; inoltre, sarà inaugurato un profilo di TikTok, parte essenziale della strategia.



Altro touchpoint significativo della campagna sarà quella delle partnership: occasioni in cui realtà diverse potranno arricchirsi a vicenda, in pieno spirito “Unique Together”. Un esempio è il Giffoni Film Festival, evento caratterizzato dall’incontro di tante diversità ed espressioni di linguaggi e di cultura dei giovani, che sarà la prima di una serie di collaborazioni che saranno svelate nei prossimi mesi.

*“Abbiamo puntato soprattutto sui ragazzi, coinvolgendoli direttamente per mettere in scena un racconto della loro vita quotidiana in cui si possano riconoscere, senza cercare di interpretarlo col filtro degli adulti”, spiega Silvia Napolitano, Direttore Clienti di Next14. “L’assenza di filtri, il coraggio di cogliere l’attimo, il continuo essere in movimento e fuori dagli schemi, sono valori e stili di vita di questa generazione con cui Ringo vuole essere in contatto”.*

Per maggiori informazioni su Next14, è possibile visitare il sito [next14.com](http://next14.com)

#### **Credits**

##### **Agenzia - Next14**

Direttore Clienti	Silvia Napolitano
Direttore Creativo	Oscar Colombo
Art Director	Stefano Zagaglia
Copy Writer	Emma Lanfranchi e Lucia Maccà
Senior Account Manager	Marianna Pizzocri
Social Strategist	Francesco Policoro
Social Media Management Oatus	

##### **Casa di Produzione - BRW**

Regia	Giovanni Consonni e Marco Bellone
Executive producer	Luca Orlando - BRW
Producer	Simona Ferraro - BRW
DOP	Leandro Ferrão
Editor	Marcello Sanna
Motion graphics	Bax Studio
Post-produzione	TEX Srl

**Pianificazione** OMD

#### **Contatti**

##### **Next14**

Chiara Bardellotto, chiara.bardellotto@next14.com, +39 342 7478221

##### **Comin & Partners**

Giovanni Gazzoli, giovanni.gazzoli@cominandpartners.com, +39 334 3616514

#### **About Next14, Connect / Engage / Convert**

Next14 è uno dei principali gruppi italiani indipendenti nell’ambito della comunicazione integrata, leader nelle marketing technologies. Grazie ad una piattaforma tecnologica proprietaria e ad un approccio innovativo nell’offerta di servizi integrati, Next14 affianca i propri clienti in ogni esigenza di comunicazione e marketing attraverso strategie flessibili, contenuti rilevanti e una distribuzione media rigorosamente basata sui dati.