



LUNEDÌ 16 SETTEMBRE 2019

Ringo feat. Luna Melis: La scelta giusta, un brano prodotto da Big Fish raggiunge oltre 4,6 milioni di views

CRISTIAN PEDRAZZINI

redazione@spettacolinews.it
SPETTACOLINEWS.IT

Hanno tra 16 e 18 anni, alcuni di loro hanno appena affrontato le prove di maturità. Sono Iris Ferrari, Luciano Spinelli, Ludovica Olgiati, Tommaso Cassisa, Mariasole Pollio e Sofia Dalle Rive: giovani influencer che attraverso i loro seguitissimi profili di Instagram (alcuni con oltre un milione di follower) hanno dialogato direttamente con i loro coetanei, affrontando discussioni da cui sono emersi spaccati interessanti sul mondo degli adolescenti.

Proprio per questo, Ringo li ha coinvolti nel progetto "La Scelta Giusta": un modo originale per cercare di comprendere i ragazzi e il loro modo di affrontare le piccole e grandi scelte che quotidianamente li aiutano a crescere.

Tutte le suggestioni offerte dai ragazzi hanno ispirato un brano cantato da Luna Melis, giovane talento di X-Factor, e prodotto da Big Fish, online da luglio sulle piattaforme social di Ringo, registrando ad oggi 4,6 milioni di visualizzazioni. Con questo brano Luna racconta lo scambio di opinioni tra ragazzi grazie all'aiuto di uno dei linguaggi più comprensibile per i suoi coetanei: la musica pop.

Nel mese di giugno, i sei instagrammer hanno lanciato dai loro profili alcuni sondaggi che hanno chiamato i follower a prendere posizione su alcuni temi fondamentali: dall'idea di felicità, all'amore, passando per il rapporto con i genitori, le vacanze o il lavoro dei sogni.

La reach globale, vale a dire il numero delle persone complessivamente raggiunte dalla campagna, è stata di oltre 10 milioni: un risultato che testimonia il forte ascendente degli influencer sui loro coetanei.

Un dialogo, quello attivato da Ringo, che ci offre una fotografia di adolescenti entusiasti, con tanta voglia e determinazione nell'affrontare il loro futuro, ma anche con un forte bisogno di sentirsi supportati e guidati, anche se a distanza, dalla famiglia.

Matteo Scortegagna, CEO e co-founder di Zerostories, che ha ideato e seguito la campagna, ha così commentato il progetto: "Il progetto "La Scelta Giusta" è un bell'esempio di come il branded content di qualità sia estremamente efficace nel coinvolgimento dell'audience su contenuti di intrattenimento che veicolano anche i valori del brand.

Abbiamo attivato per Ringo un dialogo digitale su più livelli: siamo partiti dalle community che seguono alcuni influencer "teen" e ne abbiamo poi raccontato i contenuti attraverso un jingle musicale composto ad hoc da Luna, un'artista che parla al nostro target di riferimento, e allo stesso tempo lo rappresenta. In questo modo abbiamo creato un forte legame tra contenuto, talent e distribuzione. Luna è stata una scelta azzeccata; grazie all'esperienza X-Factor è stata vista e apprezzata sia dai genitori che dai ragazzi e la sua immagine positiva rappresenta appieno i valori del brand. Il suo jingle musicale ha riscosso un gran successo sia in termini di gradimento che in termini di reach. Tra la parte con gli influencer e il jingle di Luna abbiamo raggiunto una reach totale di oltre 10 milioni views. Con più di 2,5 milioni di interazioni online tra commenti, like e condivisioni. Un dato rilevante che conferma la bontà di progetti come questo in cui i brand propongono contenuti interessanti e appeal per il pubblico a cui vogliono rivolgersi, rispettandone i codici e i linguaggi."