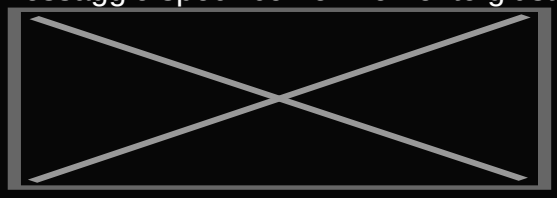
On-air il nuovo spot Ricola

primo-video-campagna-social-18fb2313

Dal 2 ottobre fino al 5 novembre, per cinque settimane, va in onda il nuovo spot Ricola con l’aggiunta alla call to action Mangia una Ricola e di un nuovo claim “L’Originale, con 13 erbe alpine svizzere”.

Il focus della campagna è infatti l’originalità della **miscela alle 13 erbe alpine** svizzere, Pimpinella, Veronica, Malva, Menta, Millefoglio, Salvia, Altea, Marrubio, Alchemilla, Piantaggine, Sambuco, Primula, Timo, con cui vengono realizzate sin dal 1940 le caramelle. Ad avvalorare il **messaggio di unicità e originalità** è ancora una volta l’iconica marmotta che invita gli spettatori a mangiare una Ricola per assaporarne il suo gusto inconfondibile e inimitabile. La campagna TV “Mangia una Ricola” è costituita da spot da 15” e 20”, ha il suo focus sui canali principali, con posizionamento premium nei programmi più visti e in linea con il target.

La veicolazione degli spot avverrà anche tramite l’addressable TV, in modo tale da inviare un messaggio specifico nel momento giusto al target potenziale di riferimento.



Inoltre, per affiancare la campagna TV, Ricola ha previsto una **forte strategia web e campagna social** per enfatizzare ancora di più il messaggio di originalità delle caramelle benefiche Ricola, soffermandosi anche su come imparare a riconoscere una Ricola dalle imitazioni. La campagna web prevede un video da 15 secondi non skippabile, pensato apposta per il target di piattaforme online on-demand e di streaming, e una campagna display dai formati impattanti la cui grafica stresserà la leadership di Ricola nel mercato delle caramelle a base di erbe alpine.

Imparare a riconoscere una Ricola è il tema portante della campagna social, ideata dall’agenzia Wave, costituita da 5 video che verranno pubblicati in dark sulle piattaforme social e come reel su Instagram.

Ogni settimana si scoprirà, in maniera divertente ed ironica in pieno stile Ricola, come riconoscere una caramella originale Ricola dalle eventuali imitazioni. La campagna si basa sull'ironia e l'assurdo: tutti possono essere più o meno bravi imitatori, ma **l'originale**, in questo caso Ricola, **sa distinguersi sempre per particolari o dettagli che la rendono unica**. Attraverso questi divertenti video tutorial i consumatori avranno modo di "ripassare" quali sono gli aspetti fondamentali e distintivi dei prodotti Ricola.