



Eventi

1000 Miglia: il Gruppo Roncaglia con Mercedes-Benz anche nel 2018. Camilla Roncaglia: "Live communication e amplificazione eventi per far vivere l'esperienza di brand ad un pubblico sempre più ampio"

Lungo il tradizionale percorso Brescia-Roma-Brescia, il team del Gruppo ha seguito le vetture storiche Mercedes toccando alcune fra le più belle località d'Italia. Una troupe dedicata ha realizzato i "best of" di ogni giornata. Altre due unità dell'agenzia hanno realizzato la copertura real-time via social, con contenuti fotografici e brevi video per le Instagram stories.

Gruppo Roncaglia e Mercedes-Benz insieme anche per la trentaseiesima edizione della **Mille Miglia**, la rievocazione della leggendaria gara automobilistica che si è svolta dal 16 al 19 maggio scorsi.

La collaborazione per "la corsa più bella del mondo" fra l'agenzia e la casa della Stella giunge nel 2018 al suo quarto anno di attività.

Lungo il tradizionale percorso Brescia-Roma-Brescia, il team del Gruppo Roncaglia ha seguito le vetture storiche Mercedes toccando alcune fra le più belle località d'Italia. Una troupe dedicata ha realizzato i "best of" di ogni giornata: **video girati in tempo reale** al passaggio della gara e pronti per essere pubblicati il mattino successivo.

Altre due unità dell'agenzia hanno realizzato **la copertura real-time via social**, con **contenuti fotografici e brevi video** per le Instagram stories.

I video realizzati dal Gruppo Roncaglia sono stati ripresi anche dai **canali social internazionali** di Mercedes-Benz.

Il Gruppo Roncaglia ha seguito inoltre la "*Mercedes-Benz 1000 Miglia Challenge*", gara di regolarità che ha preceduto la Mille Miglia sull'identico percorso di oltre 1.600 km.

Nel corso della Mille Miglia, il Gruppo Roncaglia ha realizzato anche alcune **interviste sulla concept AMG Project One**, una vettura stradale con caratteristiche tecnologiche e prestazionali ereditate dalla Formula 1, esposta a Brescia. Ad esprimere il proprio punto di vista, **Gorden Wagener**, Chief Design officer Daimler; **Jens Thiemer**, VP Marketing Mercedes-Benz, e **Kazunori Yamauchi**, CEO Polyphony digital e producer del videogioco Gran Turismo, tutti e tre partecipanti alla Mille Miglia con auto storiche Mercedes.

"Le attività di **Live communication e amplificazione eventi** sono ormai diventate uno dei nostri core business", osserva **Camilla Roncaglia** (nella foto), azionista del Gruppo. "Oggi gli eventi fini a se stessi non hanno più senso senza una strategia innovativa e creativa che riesca a far vivere l'esperienza di brand a un pubblico molto più ampio, attraverso i canali digitali e social. Per questo motivo stiamo investendo molto **nella specializzazione di questo tipo di attività, che richiedono non solo esperti di eventi e comunicazione digitale, ma soprattutto specialisti di branded content e esperti di tecnologia** che, insieme, riescono a potenziare un'emozione fisica in un'emozione digitale".