



## Premi

# Agli NC Awards 2018 il Gruppo Roncaglia premiato con il Best Loyalty Innovation e con i progetti enelpremia 3.0 e "La Sfida continua"

Sul palco del Teatro Elfo Puccini, ieri, 30 maggio, durante la premiazione, Armando Roncaglia, General Manager del Gruppo, ha dichiarato: "Questi premi, ed in particolare il Best Loyalty Innovation, ci rendono orgogliosi di aver trasformato la Loyalty da semplice attività promozionale ad una forma di comunicazione strategica. Attraverso la gamification si costruisce un legame empatico, efficace ed ingaggiante fra consumatore e marca. Questa evoluzione è ancora in corso e ci vede, ancora una volta, protagonisti".

Anche quest'anno il **Gruppo Roncaglia** è protagonista agli **NC Awards**, i premi di **ADC Group** dedicati all'eccellenza olistica della comunicazione, assegnati ieri sera a Milano da una giuria composta da 40 manager di aziende top spender in comunicazione, provenienti da tutti i settori merceologici, e da rappresentanti delle associazioni di settore (AssoCom, UPA, ADCI, Unicom, Assorel, OBE).

Presieduto da **Nicola Novellone**, Direttore Brand & Advertising di Vodafone Italy, il panel dei giurati dell'edizione 2018 ha attribuito al **Gruppo Roncaglia** importanti riconoscimenti, in particolare nei **Loyalty Awards**, dedicati ai progetti di loyalty e di reward più innovativi, e negli NC Awards per la **Best Holistic Campaign** nel settore automotive.

Numerosi i premi ricevuti per **enelpremia 3.0**, programma fedeltà dedicato a tutti i clienti residenziali di Enel Energia: Primo Classificato nella categoria "Progetto di CSR", Primo Classificato nella "Non Food Retail", Secondo Classificato per il miglior "Progetto di Gamification" e Terzo Podio Assoluto *Loyalty Awards*. **enelpremia 3.0** si articola in attività di gamification, edutainment, infotainment, concorsi e tante altre iniziative, online e offline. Il programma è riuscito a coinvolgere un milione di persone, costruendo una vera e propria community attiva e promuovendo uno stile di vita sostenibile che incoraggia i comportamenti positivi, per il singolo e per la collettività.

Al Gruppo Roncaglia è stato assegnato anche il prestigioso **Premio dell'Editore Best Loyalty Innovation** per le importanti innovazioni apportate nell'area Loyalty.

Sul palco della premiazione, **Armando Roncaglia**, General Manager del Gruppo, ha dichiarato: "Questi premi, ed in particolare il Best Loyalty Innovation, ci rendono orgogliosi di aver trasformato la Loyalty da semplice attività promozionale ad una forma di comunicazione strategica. Attraverso la gamification si costruisce un legame empatico, efficace ed ingaggiante fra consumatore e marca. Questa evoluzione è ancora in corso e ci vede, ancora una volta, protagonisti".

Sempre in ambito Loyalty Award, il Gruppo Roncaglia è Secondo Classificato ex aequo quale **Best Loyalty Agency 2018**.

L'agenzia ha conquistato inoltre il Secondo Premio NC Awards *Best Holistic Campaign* nella categoria "Auto e Altri Veicoli" con "**La Sfida continua**", campagna realizzata in occasione del quarto titolo mondiale di Formula 1 vinto da **Mercedes-Benz** e divenuta virale in tutto il mondo.

Un premio che attesta lo storico radicamento del Gruppo Roncaglia nell'automotive, settore in cui negli anni ha curato campagne per importanti brand.

Attraverso la chiave dell'ironia, "La Sfida continua" ha festeggiato il team della Stella rendendo onore agli avversari. La campagna è stata inoltre pubblicata sui principali canali social internazionali Mercedes-Benz e ripresa da moltissime testate, italiane ed internazionali.