

rriva un Bronzo con Enel per il Gruppo Roncaglia in occasione dei DMA International ECHO Awards a Las Vegas

Il commento di Giulia Roncaglia: “Un importante riconoscimento che ci dà forte impulso per continuare a misurarci in un orizzonte globale”

Per il secondo anno consecutivo il **Gruppo Roncaglia** conquista un metallo ai **DMA International ECHO Awards**, il più prestigioso premio internazionale riservato al direct marketing e alla comunicazione data driven, promosso dalla Data & Marketing Association degli Stati Uniti. Il programma Loyalty enelpremia 3.0, realizzato per Enel Energia, ha ottenuto un Bronzo per la categoria “Loyalty or Retention Campaign” nella cerimonia che domenica scorsa si è svolta a Las Vegas.

Le campagne più audaci

Istituito in USA nel 1929, il premio dà riconoscimento alle campagne “più audaci, coraggiose e più performanti” provenienti da tutto il mondo, che sanno unire creatività, strategia e risultati e valutate nell'intero ecosistema del marketing. Il Gruppo Roncaglia si è affermato inoltre come l'agenzia più premiata all'edizione 2018 dei DMA Awards Italia, dove ha ottenuto Oro, Argento e Bronzo in tre diverse categorie. “Quando si propongono idee, processi e tecnologie che sono innovativi e stimolanti, la loyalty si conferma come uno dei terreni più fertili per costruire una relazione ingaggiante fra consumatori e brand”, osserva Giulia Roncaglia, amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing. “Che questa storica e qualificata competizione internazionale ci assegni anche quest'anno uno dei suoi maggiori riconoscimenti è per noi un'importantissima attestazione che ci dà un forte impulso per continuare a misurarci in un orizzonte sempre più globale”.