



Mercato

Barilla rinnova la sua fiducia nel Gruppo Roncaglia per il lancio del concorso "Barilla ti regala Pastilla". Giulia Roncaglia: "attività concorsuali importante fattore di empatia fra consumatore e brand"

La Roncaglia Relationship Marketing, agenzia del Gruppo Roncaglia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM, ha gestito lo sviluppo di tutto quanto necessario per la partecipazione al concorso : la realizzazione del sito www.promobarilla.it che ospita la promozione; la gestione dei vincitori, le pratiche legali e la reportistica.

Barilla ha affidato al **team Loyalty del Gruppo Roncaglia** la realizzazione di una **nuova attività promozionale**: il 18 aprile scorso è stato lanciato *"Barilla ti regala Pastilla"*, il concorso tailor made per due grandi clienti della distribuzione italiana che mette in palio 1.000 pentole "Pastilla" realizzate dall'italiana Illa e personalizzate per Barilla.

La **Roncaglia Relationship Marketing**, agenzia del Gruppo Roncaglia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM, si è occupata dello sviluppo di tutto quanto necessario per la partecipazione: la realizzazione del sito www.promobarilla.it, che ospita la promozione; la gestione dei vincitori, le pratiche legali e la reportistica.

L'attività ha l'obiettivo di **stimolare il sell out dei prodotti a marchio Barilla attraverso una dinamica semplice e una user experience lineare e intuitiva**: acquistando tre confezioni di pasta tra quelle in promozione, il consumatore può giocare i dati del proprio scontrino sul sito dedicato all'iniziativa e scoprire subito l'esito della giocata. Nei primi 20 giorni di concorso hanno partecipato oltre 3.200 utenti e sono stati giocati oltre 6.200 scontrini.

"Siamo orgogliosi che un'azienda come Barilla abbia rinnovato la fiducia verso il nostro Gruppo", afferma **Giulia Roncaglia**, azionista del Gruppo e amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing. *"Oggi le attività concorsuali, se pensate con le giuste dinamiche, rappresentano un importante fattore di empatia fra consumatore e brand"*.