



Premi

'Best of the Best' per il Gruppo Roncaglia con "Enelpremia 3.0" alla prima edizione dei Promotion Awards. Giulia Roncaglia: "premio prestigioso che ci conferma protagonisti nel settore loyalty"

Il Gruppo di comunicazione guidato da Armando Roncaglia ha ricevuto cinque riconoscimenti al contest italiano riservato alle migliori campagne promozionali che si è concluso il 13 settembre a Milano. La serata di premiazione ha visto alternarsi sul palco i rappresentanti della Roncaglia Relationship Marketing, società del Gruppo Roncaglia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM.

Sono **cinque i riconoscimenti**, fra cui il **primo premio assoluto**, assegnati al **Gruppo Roncaglia** nella prima edizione dei **Promotion Awards**, il contest italiano riservato alle migliori campagne promozionali che si è concluso ieri sera a Milano.

“Questo prestigioso premio di settore, assegnato da una giuria di professionisti ed esperti, ci conferma protagonisti nel settore della loyalty”, osserva **Giulia Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia

Relationship Marketing ed azionista del Gruppo.

“Questo settore sta vivendo una profonda evoluzione che, con l’evoluzione dei canali distributivi e delle abitudini di consumo, impone innovazioni altrettanto profonde nelle attività promozionali e di fidelizzazione”.

Organizzato dalla rivista italiana di settore Promotion Magazine per valorizzare le best practice e diffondere la cultura del marketing di relazione, Promotion Awards ha attribuito il suo primo premio assoluto, il **“Best of the Best”**, al progetto **“Enelpremia 3.0”**, programma di engagement del Gruppo Roncaglia che ha trasformato i clienti di Enel Energia in una grande community attiva, dove le azioni positive del singolo si sono trasferite dall’online alla vita di tutti i giorni.

Enelpremia 3.0 ha ottenuto anche il Primo Premio categoria **“Catalogo a premi per servizi”**, il Premio Speciale **“Gamification”** ed il Premio Speciale **“Coerenza”**. Il programma “Enelpremia 3.0” si era inoltre già aggiudicato l’Argento agli ultimi **DMA Awards**, nella categoria Energy and Utilities.

Il **Premio Speciale “Multichannel”** dei Promotion Awards è stato attribuito al loyalty program **“Unieuro Club – I Love My Passion”**, piattaforma completa ed evoluta accessibile da tutti i device, che con intense attività ingaggianti assicura una relazione continua tra il Brand Unieuro e i suoi clienti.



Numerose le candidature giunte per questa prima edizione ad una giuria formata da specialisti del settore:

Andrea Alemanno, director del dipartimento Corporate Reputation di Ipsos Public Affair; **Andrea Demodena**, direttore responsabile di Promotion Magazine; **Paolo Lucci**, direttore di Milano Licensing Day; **Marco Maglio**, avvocato e presidente del Giurì per l'autodisciplina nella comunicazione commerciale diretta e nelle vendite a distanza ed esperto di privacy; **Rosanna Massarenti**, direttrice di Altroconsumo; **Cristina Ziliani**, Professore associato di marketing all’Università di Parma e direttrice dell’Osservatorio Fedeltà dell’Università di Parma.

La serata di premiazione, presentata da **Claudia Penoni**, ha visto alternarsi sul palco i rappresentanti della Roncaglia Relationship Marketing, società del Gruppo Roncaglia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM.

“Coinvolgenti, multicanali, creative – evidenzia Antonio Bruno, Loyalty & Promotion manager del Gruppo - queste sono le caratteristiche che accomunano le nostre campagne promozionali, siano esse di breve o di lungo periodo. La ricerca di novità e di nuovi trend, il continuo monitoraggio del mercato ed una corretta interpretazione dei bisogni dei consumatori sono la nostra chiave di forza”.