

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ aziende/innovazione & tecnologia

ARTE, INNOVAZIONE E BENEFICENZA: COL GRUPPO RONCAGLIA LA SERATA LAUREUS ONLUS DI MERCEDES- BENZ

6 Settembre 2016



DALL'AGENZIA

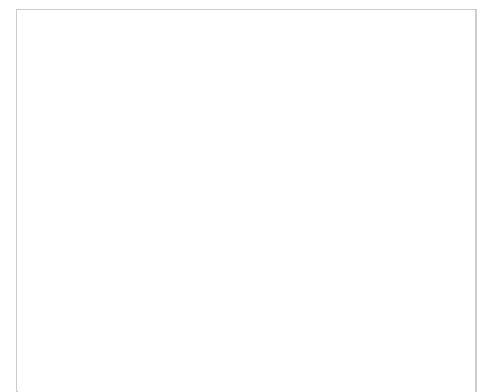
L'automobile come simbolo del connubio tra arte e innovazione: come ogni anno, [Mercedes-Benz](#) e la [Fondazione Laureus Onlus](#) hanno aperto il weekend del **Gran Premio di Monza** con un importante appuntamento di beneficenza, firmato dal **Gruppo Roncaglia**.

Il giovedì antecedente il GP d'Italia è infatti tradizionalmente dedicato alla beneficenza. Anche quest'anno la Fondazione Laureus Onlus ha organizzato una serata di gala dove, attraverso un'ast, si sono raccolti fondi da

destinare a giovani che vivono in situazioni disagiate attraverso progetti legati allo sport. Molte le personalità dello sport, dello spettacolo e dell'industria invitate e molti i cimeli all'asta. Fra tutti spiccava la Drawing Machine Mercedes-Benz, una macchina innovativa creata dal gruppo di artisti NONE. Al suo interno batte un cuore elettronico che analizza dati e li tramuta in segni pittorici su tela; non dati qualsiasi, però: la Drawing Machine ha analizzato i dati della telemetria della freccia d'argento di Nico Rosberg registrati durante il gp che più ha significato nella carriera del tedesco: la vittoria a Montecarlo.

In altre parole: l'emozione di un pilota, i dati della sua F1 (velocità e accelerazione latitudinale nel singolo istante) e una macchina che fonde tutto insieme in un'opera d'arte. Il risultato è una tela unica al mondo creata sotto gli occhi degli ospiti, autografata da Nico Rosberg e battuta all'asta subito dopo.

“Arte generativa, una drawing machine ingegnerizzata e costruita per l'evento che ha creato un'opera d'arte originale; un altro progetto che bene spiega la direzione presa dal Gruppo Roncaglia” dice **Armando Roncaglia**, General Manager, “ovvero realizzare progetti di comunicazione innovativi che coniugano tecnologia all'avanguardia e creatività pura”. L'iniziativa s'innesta in un progetto ben più ampio che è durato per tutta la settimana di gara e che ha riunito Mercedes-Benz, Fondazione Laureus, il Team F1 e i suoi piloti sotto l'hashtag #GoMB. In collaborazione con Twitter, l'operazione ha dimostrato fin da subito la sua efficacia entrando nei primi 10 trend topic del web.



TAGS

Mercedes-Benz, beneficenza, Gruppo Roncaglia, innvazione, laureus onlus

ARTICOLI CORRELATI

- *Gruppo Roncaglia inaugura la nuove sede romana con le opere del Maestro Gianpistone*
- *Il Gruppo Roncaglia si aggiudica il lancio del nuovo servizio di certificazione Seven Stars*
- *PostaPronta affida al Gruppo Roncaglia lo sviluppo del suo nuovo piano di comunicazione*

0 commenti

Ordina per **Meno recenti** ▼



Aggiungi un commento...

Facebook Comments Plugin

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [AGENDA](#) [IL MAGAZINE](#) [GLI SPECIALI](#) [PUBBLICITÀ](#) [PRIVACY](#) [CONDIZIONI D'USO](#)



BRAND

MEDIA

MOBILE

RICERCHE

AZIENDE

AGENZIE

PEOPLE

• Fabbri 1905, online la nuova piattaforma web, tra customer care e e-commerce

• Coop lancia il nuovo servizio EasyCoop con il passaparola di trnd

• La Juventus e i suoi calciatori ringraziano i tifosi alla fine della campagna We All Football

• Publicis Italia e Il Comune di Fucecchio lanciano il progetto "Local Heroes"

• WebAds è la nuova concessionaria per la pubblicità di FormulaPassion.it

• GroupM: 26 milioni di utenti digitali identificati esattamente con la [m]PLATFORM

• Drivek presenta l'app che aiuta a scegliere l'auto giusta grazie al machine learning

• Enigmistica Più lancia la prima App in Italia che svela le soluzioni di tutti i giochi

• smartclip e Mindshare: formati mobile e smart TV per Enel al Giro d'Italia

• Entro il 2019 il 26% del consumo dei media avverrà su mobile. I dati del Forecast di Zenith sulla Media Consumption

• Talkability più della verità: i valori migliori per la rilevanza dei brand nella ricerca Golin

• Instagram: due aggiornamenti nella tab Esplora.

• Nicola Lampugnani lascia la direzione creativa di TBWA\Italia

• Online il nuovo Virgilio Video, nuovo look&feel per il verticale di Italiaonline

• Al via la fase finale di #MetticiEnergia, video contest di Sorgenia presieduto da

• BMW Group Italia conferma We Are Social come partner di comunicazione

• Nicola Lampugnani lascia la direzione creativa di TBWA\Italia

• The Kraken Rum, in esclusiva in Italia con Montenegro, affida la comunicazione a

• Erika Fattori nuova Responsabile Brand & Communication

• Eduardo Ceballos nominato Country Head Italia

• Atakan Unlu è il nuovo Sales Manager della unit Display & Video Advertising

Advertiser
COMMUNICATION STRATEGIES

Registrazione Tribunale di Milano
nr. 127 del 27/04/2016

Advertiser è un marchio di TVN srl
P. IVA 05793330969 © Copyright TVN srl.
Tutti i diritti riservati.

tvn
media
group

Publicità
Italia

TODAY
Publicità
Italia

Advertiser
COMMUNICATION STRATEGIES

international
GrandPrix
advertising strategies

TVN
TELEVISIONETV

myMarketing.net

toBE
MAGAZINE

L'Annual