



Evento sportivo

Gruppo Roncaglia e GT-Sport E-Cup by Mercedes-Benz: un torneo con finale all'adrenalina alla Milan Games Week

Lo scorso 7 ottobre si è svolta la fase conclusiva del primo torneo italiano di eSport dedicato a Gran Turismo in esclusiva per PlayStation4 (PS4). A coordinare la comunicazione dell'intero torneo il Gruppo Roncaglia, che si è occupato delle fasi di qualifiche online, delle qualifiche live e delle finali. Il Gruppo, di cui è direttore marketing Camilla Roncaglia (nella foto), ha inoltre curato l'amplificazione della finale sui canali social della casa automobilistica, realizzando il racconto dei 12 qualificati e la diretta streaming della finalissima, contenuti che hanno registrato una reach di oltre 5 milioni di persone in soli 2 giorni.

È stato un **weekend di gioco**, adrenalina e passione alla **Milan Games Week**, dove si è svolta la fase conclusiva del **torneo di GT Sport e-Cup by Mercedes-Benz**, il primo torneo italiano di eSport dedicato a Gran Turismo in esclusiva per PlayStation4 (PS4).

Mercedes-Benz Italia è sbarcata nel mondo degli eSports, intercettando una tendenza, esplosa negli ultimi anni a livello internazionale, che conta oggi in Italia più di un milione di appassionati.

A coordinare la comunicazione dell'intero torneo il **Gruppo Roncaglia**, che si è occupato delle fasi di qualifiche online, che si sono svolte nel luglio scorso; delle qualifiche live, nell'ambito del **F1 Milan Festival** (evento curato da Balich Worldwide Shows e Punk for Business, [LEGGI NEWS](#)), e delle finali durante la Milan Games Week, dove il 7 ottobre scorso è stato decretato il vincitore del torneo.

Il Gruppo Roncaglia ha inoltre curato l'amplificazione della finale sui canali social di Mercedes-Benz Italia, realizzando **il racconto dei 12 qualificati e la diretta streaming della finalissima**: contenuti che hanno registrato una reach di **oltre 5 milioni di persone in soli 2 giorni**.

“Un progetto lungo e articolato - spiega **Tia Portelli**, Project Manager del Gruppo Roncaglia - che ha richiesto il coordinamento di diversi partner e professionalità e che ha portato a risultati davvero soddisfacenti, con centinaia di migliaia di visitatori alle fasi live e una reach complessiva di **oltre 32 milioni**”.

“Il mondo degli eSports sta registrando tassi di crescita enormi, sia in termini di fatturato che di attenzione mediatica”, osserva **Camilla Roncaglia** (nella foto), direttore marketing del Gruppo.

“Immergerci in questo mondo, raccontare la passione dei suoi protagonisti, è stato per noi motivo di stimolo e siamo contenti di aver coordinato questo importante progetto, in partnership con due grandi brand del gaming e dell'automotive. Un settore, quello dell'automotive, che ci vede ancora una volta in prima linea nell'individuare nuovi trend e utilizzarli in modo innovativo”.