

29 ottobre
2018

ATTUALITÀ



E' 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 PlayStation®4 (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**, 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**, 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".*