

## Premi

## Il Gruppo Roncaglia conquista 2 Ori e 3 Argenti agli IMC European Awards 2018

L'Oro nella categoria 'Branded content' è andato a *The Battle Continues*, il video realizzato dal Gruppo Roncaglia in occasione del quarto mondiale di Formula 1 vinto dal team Mercedes-Benz. Il secondo Oro, nella categoria 'Cause, Charity, Non-profit MKTF or Social', è stato vinto da *Mare Mostro*, campagna realizzata per l'Associazione Marevivo. Il pluripremiato *enelpremia 3.0* ottiene l'Argento nella categoria 'Loyalty marketing'. *#BestMBFan*, realizzato per Mercedes-Benz, ha ricevuto ben 2 Argenti: nella categoria 'Integrated communication' e in quella 'Sponsorship/Joint effort/Tie in'.

Il **Gruppo Roncaglia** conquista **5 metalli** agli **IMC European Awards**, il premio internazionale riservato alle migliori campagne europee di marketing integrato che ha come organizzatori l'**EACA** (European Association of Communication Agencies) e l'**IMCC Europe** (Integrated Marketing Communications Council Europe). I **2 Ori e i 3 Argenti** sono stati assegnati all'agenzia nel corso della premiazione che si è svolta il **27 novembre** scorso al **FiftyFive** Milano.

Questi ulteriori importanti riconoscimenti internazionali sono stati attribuiti da una qualificata giuria, composta da **60 professionisti senior** provenienti numerosi paesi europei e da diversi settori della comunicazione e del marketing.



L'Oro nella categoria '**Branded content**' è andato a ***The Battle Continues***, il video realizzato dal **Gruppo Roncaglia** in occasione del quarto mondiale di Formula 1 vinto dal team **Mercedes-Benz**. Caratterizzato dall'ironia unita al rispetto per gli avversari, il video è divenuto rapidamente virale in tutto il mondo, con oltre 2 milioni di utenti raggiunti in pochissimi giorni.

Il secondo Oro, nella categoria '**Cause, Charity, Non-profit MKTF or Social**', è stato vinto da ***Mare Mostro***, campagna realizzata per l'**Associazione Marevivo** contro la diffusione delle microplastiche in mare, che ha dato un contributo al cambiamento di opinione da cui è nata la prima legge italiana in materia.

Il pluripremiato ***enelpremia 3.0***, il programma loyalty dedicato a tutti i clienti residenziali di Enel Energia, ottiene l'Argento nella categoria '**Loyalty marketing**'. Con ***enelpremia 3.0***, la società del Gruppo Enel che opera nel mercato libero ha promosso in questi anni un uso attento dell'energia, in linea con l'approccio aziendale improntato alla sostenibilità ambientale e sociale, incoraggiando e ricompensando con premi e vantaggi il risparmio energetico e i comportamenti virtuosi dei clienti. Il programma è riuscito a costruire una community attiva con oltre un milione e trecentomila iscritti, attraverso attività online e offline proposte nel corso della durata del programma, come game, quiz, collaborazioni con partner e concorsi a premio.

***#BestMBFan***, realizzato per Mercedes-Benz, ha ricevuto ben **2 Argenti**: nella categoria '**Integrated communication**' e in quella '**Sponsorship/Joint effort/Tie in**'. Questo progetto, che ha già ricevuto numerosi premi, ha integrato online e offline in modo coinvolgente e innovativo, ingaggiando i supporter delle Freccie d'Argento sia sui social che on-site.

“Siamo veramente felici di ricevere questi metalli da un premio che richiede standard professionali così alti e in un confronto con tante agenzie europee”, afferma **Camilla Roncaglia**, presidente del CdA della Roncaglia Above Communication. “Siamo fieri di essere italiani, ma il nostro orizzonte di riferimento, sotto il profilo creativo, tecnologico e imprenditoriale, è di scala internazionale”.

“Inoltre ci riempie di orgoglio la diversità dei progetti premiati – sottolinea Camilla Roncaglia - che vanno dalle campagne BTL al phygital più spinto, passando per innovativi programmi loyalty. Una vittoria che ribadisce ed evidenzia l'ampia gamma di competenze che siamo in grado di mettere a disposizione dei nostri clienti”.