

20
novembre
2018

ATTUALITÀ



La cerimonia di premiazione, che si è svolta al Teatro Vetra di Milano, ha visto il **Gruppo Roncaglia** salire due volte sul palco. **enelpremia 3.0**, programma loyalty dedicato a tutti i clienti residenziali di Enel Energia, ha ricevuto il **Terzo Premio Best Digital Integrated Campaign Btoc** (Business to consumer). Il programma, che è riuscito a coinvolgere oltre un milione di persone costruendo una vera e propria community attiva, ha già

ottenuto numerosi premi, fra cui il prestigioso DMA International ECHO Awards 2018.

Il **Terzo Premio Best Digital Integrated Campaign Btoc**, categoria **"Auto e altri veicoli"**, è stato attribuito a **#BestMBFan**, complesso progetto phygital per **Mercedes-Benz Italia**, dove la dimensione fisica e quella digitale si sono integrate l'una a servizio dell'altra. Il progetto ha rafforzato e amplificato il legame tra i tifosi, il brand e la Formula 1, raggiungendo un reach totale di oltre 25 milioni. Anche **#BestMBFan** ha ottenuto numerosi premi nel corso del 2018.

"La sinergia fra innovazione e creatività caratterizza tutti i progetti della nostra agenzia e siamo contenti che questo nostro tratto distintivo trovi riscontro anche sul fronte dei premi che ci vengono assegnati", commenta **Paolo Roncaglia**, presidente del Gruppo e general manager della Roncaglia Digital Marketing.

"I premi per noi non sono un punto di arrivo – sottolinea Roncaglia – ma rappresentano dei benchmark da superare per continuare ad evolverci, realizzando campagne sempre più ingaggianti ed efficaci per offrire risultati tangibili ai nostri clienti".