

Creatività & Marketing

GIULIA RONCAGLIA: "PREMIO PRESTIGIOSO CHE CI CONFERMA PROTAGONISTI NEL SETTORE LOYALTY"

'Best of the Best' per il Gruppo Roncaglia alla prima edizione dei Promotion Awards

Sono cinque i riconoscimenti, fra cui il primo premio assoluto, assegnati al Gruppo Roncaglia nella prima edizione dei **Promotion Awards**, il contest italiano riservato alle migliori campagne promozionali che si è concluso ieri sera a Milano. "Questo prestigioso premio di settore, assegnato da una giuria di professionisti ed esperti, ci conferma protagonisti nel settore della loyalty", osserva **Giulia Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing ed azionista del Gruppo. "Questo settore sta vivendo una profonda evoluzione che, con l'evoluzione dei canali distributivi e delle abitudini di consumo, impone innovazioni altrettanto profonde nelle attività promozionali e di fidelizzazione". Organizzato dalla rivista italiana di settore *Promotion Magazine* per valorizzare le best practice e diffondere la cultura del marketing di relazione, Promotion Awards ha attribuito il suo

primo premio assoluto, il 'Best of the Best', al progetto 'Enelpremia 3.0', programma di engagement del Gruppo Roncaglia che ha trasformato i clienti di **Enel Energia** in una grande community attiva, dove le azioni positive del singolo si sono trasferite dall'online alla vita di tutti i giorni. Enelpremia 3.0 ha ottenuto anche il Primo Premio categoria 'Catalogo a premi per servizi', il Premio Speciale 'Gamification' e il Premio Speciale 'Coerenza'. Il programma 'Enelpremia 3.0' si era inoltre già aggiudicato l'Argento agli ultimi DMA Awards, nella categoria Energy and Utilities. Il Premio Speciale 'Multichannel'



dei Promotion Awards è stato attribuito al loyalty program 'Unieuro Club - I Love My Passion', piattaforma completa ed evoluta accessibile da tutti i device, che con intense attività ingaggianti assicura una relazione continua tra il Brand **Unieuro** e i suoi clienti. Numerosissime le candidature giunte per questa prima edizione ad una giuria formata da specialisti del settore: **Andrea Alemanno**, director del dipartimento Corporate Reputation di Ipsos Public Affair; **Andrea Demodena**, direttore responsabile di *Promotion Magazine*; **Paolo Lucci**, direttore di Milano Licensing Day; **Marco Maglio**, avvocato

e presidente del Giurì per l'autodisciplina nella comunicazione commerciale diretta e nelle vendite a distanza ed esperto di privacy; **Rosanna Massarenti**, direttrice di Altroconsumo; **Cristina Ziliani**, Professore associato di marketing all'Università di Parma e direttrice dell'Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma. La serata di premiazione, presentata da **Claudia Penoni**, ha visto alternarsi sul palco i rappresentanti della Roncaglia Relationship Marketing, società del Gruppo Roncaglia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM. "Coinvolgenti, multicanali, creative - evidenzia **Antonio Bruno**, Loyalty & Promotion manager del Gruppo - queste sono le caratteristiche che accomunano le nostre campagne promozionali, siano esse di breve o di lungo periodo. La ricerca di novità e di nuovi trend, il continuo monitoraggio del mercato ed una corretta interpretazione dei bisogni dei consumatori sono la nostra chiave di forza".



DOPO UNA GARA

SDB STILE DI BOLOGNA SI AGGIUDICA LA CAMPAGNA ABBONAMENTI TPER

'Non sai cosa TPERdi' è il claim con il quale l'agenzia di comunicazione **SDB Stile di Bologna** si è aggiudicata la gara indetta da **TPER**, società di trasporti pubblici delle province di Bologna e Ferrara. L'azienda è stata convinta dalla forza di questo messaggio, con il quale viene trasmessa con simpatia la convenienza del titolo di viaggio annuale.

Sempre con TPER al centro. Un gioco di parole che è già in circolazione nelle province di riferimento presso tutte le fermate e sui mezzi stessi, con banner e locandine. La campagna abbonamenti per la stagione 2017-18 era l'obiettivo principale del pitch, al quale si affiancherà nei prossimi mesi una seconda comunicazione incentrata sulla



nuova regola, presto in vigore, che imporrà ai viaggiatori l'obliterazione a ogni corsa nel periodo di validità del titolo di viaggio.