

DMA Awards Italia 2018: Gruppo Roncaglia l'agenzia più premiata

06/07/2018 | 14:29



Si è svolta ieri a Milano la cerimonia conclusiva dei [DMA Awards Italia 2018](#), manifestazione che premia le migliori campagne data-driven, arrivata alla sesta edizione. Spin-off italiano dello storico DMA International Echo Awards, il riconoscimento è promosso da DMA Italia (Association for Direct and Data Driven Marketing) e patrocinato da ADCl (Art Directors Club Italiano).



Nella foto, da sinistra: Camilla Roncaglia, azionista del Gruppo Roncaglia; Erika Fattori, membro della giuria e head of brand & communication, Nexi; e Giuseppe Maria Ardizzone, strategic planner del Gruppo Roncaglia (foto Dma Italia)

Tra le agenzie partecipanti, il [Gruppo Roncaglia](#) è risultata quella più premiata, aggiudicandosi tre riconoscimenti – un oro, un argento e un bronzo – in altrettante categorie. Nella categoria Consumer Products and Service per l'oro è stato assegnato per 'enelpremia 3.0', il programma fedeltà dedicato a tutti i clienti residenziali dell'operatore, che è riuscito a coinvolgere oltre un milione di persone.



L'argento nella categoria Not-for-Profit è stato conquistato con 'Mare Mostro', campagna realizzata per l'Associazione Marevivo contro la diffusione delle microplastiche nel mare, oggi oggetto anche di una legge.



Il bronzo nella categoria Automotive è andato a '#BestMBfan' per Mercedes-Benz, progetto on e offline che per il gp di Monza ha visto i supporter del team di Formula1 ingaggiati sui social ed in piazza con un reach totale di 26.399.588 ed un engagement totale di 814.080.

