

Eurobest 2017: il gruppo Roncaglia vince la medaglia di bronzo

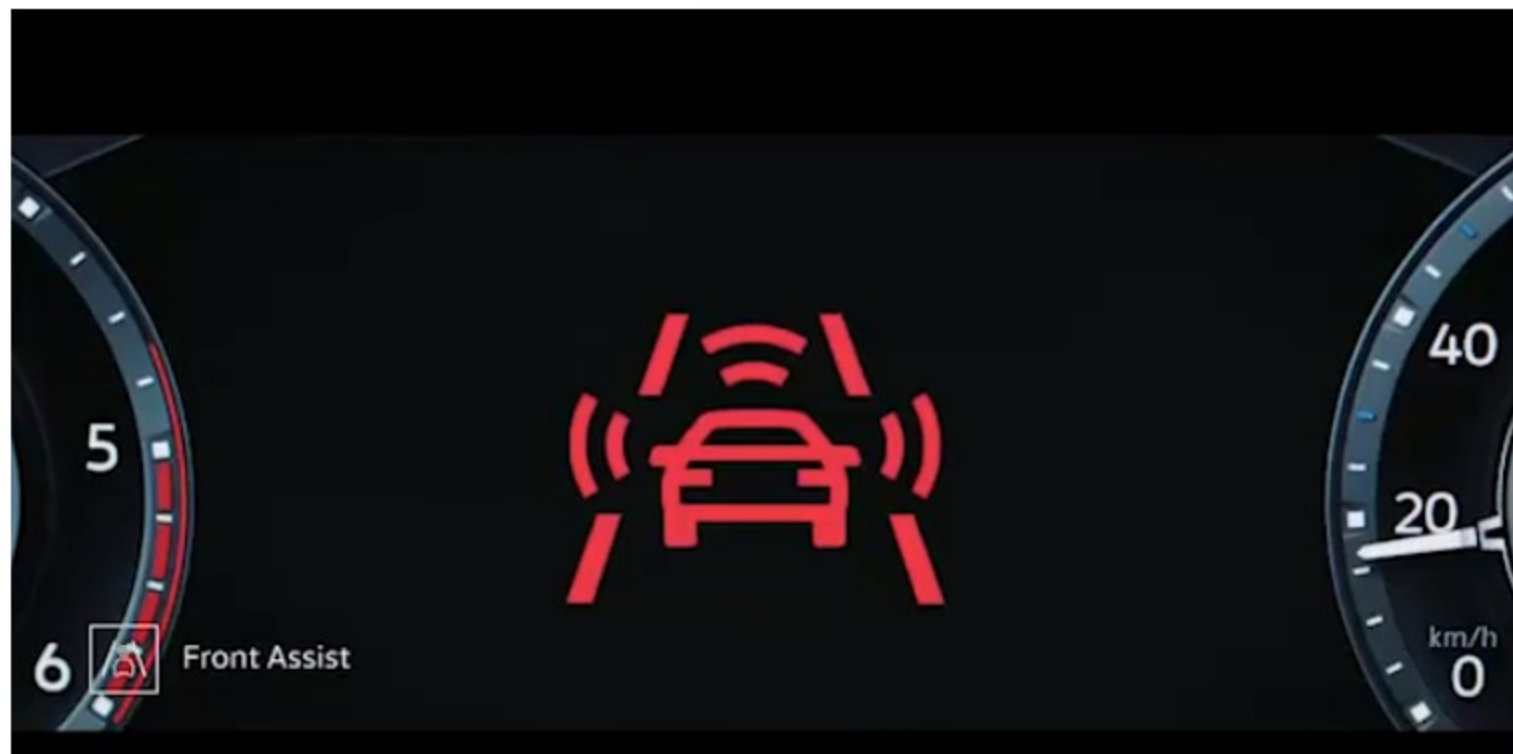


Con la conquista di un Bronzo, si conclude in bellezza per il Gruppo Roncaglia eurobest 2017, il festival della creatività europea

Il premio, consegnato nella cerimonia che si è tenuta presso la Bloomsbury Ballroom, è stato assegnato nella **categoria Mobile** alla campagna olistica **4MATIC Adaptive Story**, sviluppata con **Google** per **Mercedes-Benz** sul racconto "La forma delle nuvole" scritto da **Gianrico Carofiglio**. "Questo premio, ricevuto dal **più rilevante appuntamento europeo** dedicato all'industria della comunicazione, ci riempie di orgoglio", ha commentato **Armando Roncaglia** General Manager del Gruppo. "Come agenzia indipendente radicata profondamente nella **creatività italiana**, i riconoscimenti che stiamo ottenendo nei contesti internazionali, in competizione con realtà globali, valorizzano la nostra attitudine **al futuro e all'innovazione**".

4MATIC Adaptive Story è un originale storytelling adattivo, che si trasforma per ogni singolo lettore a seconda delle condizioni di luogo, di tempo e meteo in cui viene letto. La campagna vanta al suo attivo numerosi premi nazionali ed internazionali, che ne hanno riconosciuto la qualità creativa, l'interattività e l'uso innovativo delle tecnologie. **4MATIC Adaptive Story** è stata presentata nella session sul tema "**Di chi sono le storie? Scrittore o lettore, creatore o consumatore?**", organizzata ad eurobest dal Gruppo Roncaglia, a cui hanno partecipato, oltre allo scrittore Gianrico Carofiglio, Cesare Salvini, marketing Manager di Mercedes-Benz Italia, e Marianna Ghirlanda per Google Italia.

PUBBLICITÀ



"Quando leggi una storia l'immaginazione riempie gli spazi bianchi. Dal mio punto di vista, questa esperienza mi ha aiutato a capire che la connessione tra scrittore e lettore è un processo creativo", ha affermato Carofiglio nel suo intervento. "In **4MATIC Adaptive Story** lo storytelling si unisce ad un approccio data-driven, in cui la user experience ha un ruolo centrale e tutto è reso possibile attraverso un semplice smart phone", ha spiegato **Carla Leveratto**, Creative Director del Gruppo, che ha coordinato la sessione.

Nell'ambito di eurobest 2017, il Gruppo Roncaglia ha inoltre organizzato "Be IT! PARTY", evento dedicato alla comunità dei creativi italiani che operano a Londra, con l'obiettivo di avviare un percorso di reciproca conoscenza e dare ai migliori l'opportunità di entrare nella squadra dell'agenzia. A seguito del successo dell'iniziativa, il "Be IT! PARTY" verrà riproposto anche nel 2018. Un altro riconoscimento per il Gruppo Roncaglia è giunto nel corso della Young Digital Academy, intensiva eurobest per i professionisti under 30, incentrata sul futuro della comunicazione digitale. Curata da Kurio Social Media (Age)ncy, la Young Digital Academy, che ha visto gli interventi di importanti direttori creativi da agenzie di tutto il mondo, ha selezionato quale miglior progetto #peaceunited, realizzato dal gruppo di lavoro di Roberto Grasso, copywriter del Gruppo Roncaglia.

"Siamo particolarmente soddisfatti di vedere riconosciuto il valore dei nostri giovani talenti", afferma **Giulia Roncaglia**, azionista del gruppo "Per noi è fondamentale investire nella loro formazione per renderli i talenti di eccellenza del domani, in grado di promuovere la creatività italiana a livello internazionale".