



## Eventi

# Il Gruppo Roncaglia insieme a Mercedes-Benz, in collaborazione con Merlo e Nutcracker, a Padova per auto e moto d'epoca

Dal 25 al 28 ottobre 2018 si è tenuto un evento di largo respiro che ha visto la realizzazione di diverse attività e l'organizzazione di un contest, MB Classic Garage, per il coinvolgimento dei partecipanti. L'esperienza è stata estesa on-site presso la Fiera di Parma e sui canali social di Mercedes-Benz Italia, creando un momento phygital.

**Gruppo Roncaglia e Mercedes-Benz** insieme per la **35° edizione di Auto e Moto d'Epoca**, appuntamento irrinunciabile per tutti gli appassionati di veicoli classici, a due e quattro ruote, che si è svolto a Padova **dal 25 al 28 ottobre 2018**.

Per questa occasione il **Gruppo Roncaglia** ha coordinato un progetto di comunicazione di ampio respiro, che ha visto la realizzazione di diverse attività, la gestione di differenti professionalità, in collaborazione con **Merlo e Nutcracker**.

Prima dell'avvio del salone di Padova è stato lanciato **MB Classic Garage**, il contest che ha avuto per protagonista la leggendaria Mercedes-Benz 300 SL 'Gullwing'. Come in un **moderno puzzle digitale**, i partecipanti hanno dovuto costruire, tessera dopo tessera, la propria 'Ali di gabbiano' e successivamente personalizzare l'aspetto e l'ambiente circostante. In palio, un **corso AMG Winter Sporting per due persone** a bordo delle Stelle High Performance firmate Mercedes-AMG. Il contest, che si è concluso lo scorso 11 novembre, è stato un vero successo di adesioni. L'esperienza è stata poi ulteriormente estesa e amplificata on-site presso **Auto e Moto d'Epoca alla Fiera di Padova**.

Virtuale e reale si sono quindi incontrati per **ricreare un'officina degli anni '50**: i visitatori del salone di Padova hanno potuto immergersi in un mondo di eccellenza tecnica e artigianale, con la 300 SL 'Gullwing' a rappresentare il fascino e la perfezione caratteristici del brand Mercedes-Benz.

Al salone di Padova il mondo della Stella è stato raccontato live dal Gruppo Roncaglia, che ha inoltre curato l'amplificazione sui canali social di Mercedes-Benz Italia con risultati di tutto rilievo.

“**L'integrazione fra sfera fisica e digitale**, che caratterizza molti nostri progetti, è ancora più sfidante se applicata ad un mondo del tutto analogico come quello delle auto d'epoca”, osserva **Camilla Roncaglia**, direttore marketing del Gruppo Roncaglia. “I risultati ottenuti in termini di partecipazione, on-site e on-line, ci confermano che una **strategia phygital innovativa** crea esperienze fortemente ingaggianti, rafforzando il legame degli utenti con il brand”.