

# Josè Papa e Armando Roncaglia all'evento di Unindustria: La creatività trasforma il mondo

22 marzo  
2018

ATTUALITÀ



8 miliardi di fatturato nel 2017 e 90.000 addetti: sono i numeri della rilevanza economica del settore Comunicazione riportati da Giampaolo Letta, Vice Presidente di Unindustria, nel suo intervento a *"Comunicare oggi, conviene"*, l'evento organizzato da Unindustria Lazio che si è svolto questa mattina presso il MAXXI di Roma.

L'iniziativa, nata su impulso della Sezione Editoria, Informazione e Audiovisivo di Unindustria e sostenuta dall'Art Directors Club

Italiano, ha messo in luce le opportunità ed i vantaggi derivanti dal **Tax Credit Pubblicità**, un provvedimento che consente il recupero del 75% degli investimenti incrementali in advertising, recentemente ampliato alle testate digitali, con 62,5 milioni di euro stanziati per il 2018.

Diversi e qualificati interventi hanno illustrato i punti di forza dell'investire in advertising. Fra questi **Fabrizio Carotti**, Direttore Generale FIEG, che ha sottolineato la natura strutturale del Tax Credit; **Cristina Quaglia** di Poste Italiane, che ha descritto l'evoluzione della campagna per BancoPosta; **Josè Papa**, Managing Director del Cannes Lion Festival, il principale festival mondiale riservato all'eccellenza nella creatività:

*"La creatività umana non ha confini - ha detto Papa - è una forza che può muovere il business, lo sviluppo economico ed il cambiamento sociale. Le imprese che comunicano aumentano il loro fatturato e divengono esse stesse creative".*

Per il **Gruppo Roncaglia** è intervenuto il General Manager **Armando Roncaglia**, che ha illustrato la **case history di Rosaria**, eccellenza dell'agroalimentare e storico cliente del Gruppo. Roncaglia ha ripercorso le tappe che hanno contribuito a trasformare Rosaria in un leader nel settore dell'ortofrutta: dalla creazione del nome e del logo al lancio delle confezioni; dalle telepromozioni alle campagne con testimoni eccellenti, con risultati verificati dalle indagini su vissuto e percepito del brand.

*"Negli anni ho imparato molto dal coraggio di alcuni imprenditori con cui si è stabilita una vera partnership, come i fratelli Pannitteri di Rosaria. Quando la qualità del prodotto incontra la qualità della creatività e quando tutto questo si basa su una visione strategica, la comunicazione diviene determinante per il successo di un'impresa. Una creatività eccellente - ha concluso Roncaglia - non aggiunge solo valore all'impresa, ma può essere un potente elemento per una più ampia di trasformazione culturale".*