

GIULIA RONCAGLIA: "ATTIVITÀ CONCURSUALI IMPORTANTE FATTORE DI EMPATIA FRA CONSUMATORE E BRAND"

# Barilla rinnova la sua fiducia nel Gruppo Roncaglia per il lancio di un nuovo concorso

**B**arilla ha affidato al team Loyalty del **Gruppo Roncaglia** la realizzazione di una nuova attività promozionale: il 18 aprile scorso è stato lanciato 'Barilla ti regala Pastilla', il concorso tailor made per due grandi clienti della distribuzione italiana che mette in palio 1.000 pentole **Pastilla** realizzate dall'italiana **Illa** e personalizzate per Barilla. **Roncaglia Relationship Marketing**, agenzia del Gruppo Ronca-

glia specializzata in Loyalty, Promozioni e CRM, si è occupata dello sviluppo di tutto quanto necessario per la partecipazione: la realizzazione del sito [promobarilla.it](http://promobarilla.it), che ospita la promozione; la ge-



stione dei vincitori, le pratiche legali e la reportistica. L'attività ha l'obiettivo di stimolare il sell out dei prodotti a marchio Barilla attraverso una dinamica semplice e una user experience lineare e intuitiva: acquistando tre confezioni di pasta tra quelle in promozione, il consumatore può giocare i dati del proprio scontrino sul sito dedicato all'iniziativa e scoprire subito l'esito della giocata. Nei primi 20 giorni di concorso

hanno partecipato oltre 3.200 utenti e sono stati giocati oltre 6.200 scontrini. "Siamo orgogliosi che un'azienda come Barilla abbia rinnovato la fiducia verso il nostro gruppo - afferma **Giulia Roncaglia**, azionista del gruppo e amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing -. Oggi le attività concorsuali, se pensate con le giuste dinamiche, rappresentano un importante fattore di empatia fra consumatore e brand".