

IERI L'EVENTO DI UNINDUSTRIA AL MAXXI DI ROMA SU TAX CREDIT PUBBLICITÀ

# Armando Roncaglia e Josè Papa a 'Comunicare oggi, conviene'

**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 ieri 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 e 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 Lions 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 e 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, ripercorrendo le tappe che hanno contribuito a trasformare il brand in un leader nel settore dell'ortofrutta: dalla creazione del nome e del logo al lancio delle confezioni; dalle telepromozioni alle campagne con testimoni eccellen-



Josè Papa e Armando Roncaglia

ti, con risultati verificati dalle indagini su vissuto e percepito del brand. "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".