

## A GRUPPO RONCAGLIA LA GARA DI BRITISH AMERICAN TOBACCO PER I SOCIAL DI GLO

*Camilla Roncaglia: «Un prodotto nuovo e innovativo che ci fa puntare su strategia e qualità del contenuto»*

Dopo una gara tra diversi player del settore, **British American Tobacco** ha scelto il **Gruppo Roncaglia** per la gestione delle strategie e dei canali social di **glo**, l'innovativo dispositivo nato da un progetto di ricerca BAT pensato per chi sta cercando un nuovo modo di utilizzare il tabacco. L'esclusiva **Advanced Heat Technology™**, brevettata esclusivamente per glo, permette infatti di scaldare delicatamente il tabacco a 240° senza bruciarlo, a differenza della sigaretta tradizionale che, bruciando a circa 900°, genera invece combustione. Questa

tecnologia è stata resa semplice nell'utilizzo con la creazione di un unico dispositivo, pratico e compatto, dal design ultra-contemporaneo. La strategia social ideata dal gruppo ha come obiettivo presentare il nuovo prodotto legato ad ambiti



CAMILLA RONCAGLIA

vicini al target di riferimento. Un approccio basato quindi sul contenuto, volto a creare conoscenza e raccontare in modo empatico i valori del brand e del prodotto.

Dall'inizio di maggio l'agenzia è al lavoro nella costruzione dello storytelling dei prossimi mesi e nella gestione delle community. «Siamo molto contenti di questa acquisizione - afferma **Camilla Roncaglia**, client service director del gruppo -. Un prodotto nuovo e innovativo come glo, pur con forti limitazioni di mercato dal punto di vista della comunicazione, ci dà la possibilità di lavorare secondo logiche puramente organiche, dove la strategia e la qualità del contenuto fanno la vera differenza».

