



AssoComunicazione ha consegnato a Milano i premi Freccia d'Oro 2009/2010

Si è svolta ieri la cerimonia di consegna.
La giuria è presieduta da Marzia Curone



Marzia
Curone

12

Eventi AssoComunicazione consegna a Milano i premi Freccia d'Oro 2009/2010

Il Premio Freccia d'Oro per il Marketing e la Comunicazione di Relazione, organizzato da AssoComunicazione, ha celebrato ieri sera a Milano la sua XVesima edizione con la cerimonia di premiazione. Le campagne premiate sono state complessivamente 31, 15 delle quali hanno ricevuto la Freccia d'Oro e 16 quella d'Argento, distribuite in 16 differenti categorie. Le agenzie premiate sono state complessivamente 19.

La premiazione è stata preceduta dalla tavola rotonda "Il Marketing dell'ascolto", moderata da Vittorio Parazzoli di DailyMedia e alla quale hanno preso parte Alessandro Barbieri, presidente Consulta Promozione, Incenti-



Marzia
Curone

zazione e Servizi di Marketing AssoComunicazione; Marzia Curone, presidente Consulta Direct Marketing AssoComunicazione; Enrico Gasperini, presidente Consulta Digitale AssoComunicazione e Presidente Audiweb; Giovanna Maggioni, direttore generale UPA, e Diego Masi, presidente AssoComunicazione. "Quest'anno - ha spiegato Marzia Curone, presidente della Giuria - il Premio è ricco di novità, infatti al digital e al direct marketing si aggiungono le promozioni, contribuendo in modo ancor più importante al valore dell'evento, vero e proprio Premio del Marketing e della Comunicazione Relazionale. Altra iniziativa agganciata al Premio è la 3 giorni nel contesto fieristico del Salone del DM e Omnicom Expo". Marzia Curone ha poi dato il via alla serata di premiazione dando il benvenuto al nume-

roso pubblico in sala, mettendo in rilievo l'alta qualità e l'innovazione delle campagne iscritte al premio e l'ormai sempre più frequente impiego, nella stessa campagna, di discipline contigue e sinergiche, per mission, per finalità strategiche e per approccio tattico. Le campagne hanno visto il raggiungimento o, in molti casi, il superamento degli obiettivi previsti in fase di progettazione e ciò dà un ulteriore segnale d'efficacia e d'efficienza economica di quest'area, che può tra l'altro, adattarsi duttilmente, anche da un punto di vista economico, alle reali esigenze della singola impresa. La premiazione si è conclusa con la consegna, del Premio Speciale Ida Augusta Giuliano 2009/2010, destinato quest'anno a Lottomatica per il progetto "Gioco Responsabile". Sono inoltre stati assegnati il Premio Speciale Innovazione all'agenzia Public Dialog per la campagna "Alla ricerca del colaudatore Durex", cliente SSL Healthcare, e il Premio Speciale Esecuzione Creativa all'agenzia JWT Italia per la campagna "Beer Gloss" cliente Heineken Italia.

Clicca qui sopra per scaricare la lista dei vincitori

